

УДК 81'33:913(510)
doi 10.17072/2073-6681-2024-3-24-34
<https://elibrary.ru/hfhukd>

EDN HFHUKD



Сопоставительный анализ геоконцептов «Пекин» и «Шанхай» в «наивной» географии Китая

Дуань Цзиньчжи

аспирант, ассистент кафедры теоретического и прикладного языкознания
Пермский государственный национальный исследовательский университет
614068, Россия, г. Пермь, ул. Букирева, 15. 707695802@qq.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3891-2016>
SPIN-код: 6002-7300

Статья поступила в редакцию 24.04.2024

Одобрена после рецензирования 16.06.2024

Принята к публикации 05.07.2024

Информация для цитирования

Дуань Цзиньчжи. Сопоставительный анализ геоконцептов «Пекин» и «Шанхай» в «наивной» географии Китая // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2024. Т. 16, вып. 3. С. 24–34. doi 10.17072/2073-6681-2024-3-24-34

Аннотация. Статья посвящена реконструкции и сопоставительному анализу геоконцептов «Пекин» и «Шанхай» в «наивной» географии Китая. Исследование выполнено в рамках геоконцептологии, разрабатываемой пермской школой компьютерной лингвистики. Геоконцептология, как наука о концептуализации ментальных репрезентаций пространства, позволяет лучше понимать ментальные карты людей, их представления о мире и адаптацию в окружающем пространстве, что может быть полезно при разработке урбанистических проектов, туристических маршрутов, маркетинговых стратегий и во многие других областях, где важно учитывать географические аспекты.

Методом сбора материала является геокогнитивное картирование – эксперимент по созданию «наивных» карт, проведенный в веб-редакторе векторной графики «Студия креативных карт». Материалом исследования послужили 96 «наивных» карт Китая, созданных информантами-студентами из китайских университетов 45 регионов Китая. Информантам было предложено с помощью веб-редактора нарисовать карту Китая и сопроводить нарисованные объекты связанными с ними ассоциациями или представлениями. Обработка текстового слоя всех собранных в эксперименте карт для последующего моделирования геоконцептов осуществлялась в Информационной системе «Семограф», а графическая экспликация графосемантических моделей геоконцептов – в программе SciVi.

В представлениях информантов геоконцепт «Пекин» является более сложным семантическим образованием, основанным на политической роли столицы, связывающей страну в социальном, культурном и историческом аспектах. Геоконцепт «Шанхай» аккумулирует представления об экономическом и торговом мегаполисе – «Волшебном городе» современного глобального мира. В ходе анализа было выявлено, что на ассоциации и/или представления информантов большое влияние оказывают историческая, социокультурная составляющая и личный опыт.

Ключевые слова: геоконцептология; геоконцепт; «наивная» география; ментальная карта; региональность; геоментальная карта.

Введение

Исследование выполнено в предметной области геоконцептологии, которая сформировалась в рамках пермской школы компьютерной лингвистики [Зелянская 2014; Zelianskaia et. al 2020; Chumakov et. al 2021]. Геоконцептология является междисциплинарной научной областью, фундаментом которой служит лингвистическая семантика, активно использующая понятийно-категориальный аппарат, методы и эмпирические данные в области социальной и культурной географии, истории, семиотики, культурологии, регионоведения, а также методы математических и компьютерных наук.

Геоконцепт понимается как «структурированная совокупность коллективных представлений о географическом объекте; он синтезирует образы географического объекта (топоса), его названия (топонима), представления о нем и его пространственных параметрах (длина, координаты, расположение относительно других геолокаций)» [Калуцков 2016; Zelianskaia et. al 2020]. Геоконцепты – это результат концептуализации территории. На процесс концептуализации оказывают влияние культура, искусство, политика, масс-медиа и другие факторы. Большую роль в процессе концептуализации играет текущая экономическая и социальная ситуация (см.: [Калуцков 2012]). Геоконцепты являются «местами-топонимами, связанными со значимыми событиями истории, жизни и деятельности людей, имеющими высокий культурный статус» [Калуцков 2016], что «превращает» некоторые из них в сверхтопонимы, «нагруженные» многочисленными и разнообразными культурными смыслами.

Геоконцепт тесно связан с ментальной картой – схематичной репрезентацией восприятия, представления и понимания человеком окружающего пространства. Понятие «ментальная карта» (*mental map, cognitive Landkarte*) было впервые введено Е. С. Толманом в 1948 г. (см.: [Tolman 1948]). Р. М. Доунз и Д. Стеа определяют ментальную карту как «абстрактное понятие, охватывающее те ментальные и духовные способности, которые дают нам возможность собирать, упорядочивать, хранить, вызывать из памяти и перерабатывать информацию об окружающем пространстве» [Downs, Stea 1977; Chiodo 2007].

Ментальная карта пространства призвана помогать человеку ориентироваться в окружающей его действительности. Ментальная карта может быть искаженной и изменчивой, так как она зависит от индивидуальных особенностей, опыта, воспоминаний и восприятия человека. Ментальные карты одного и того же пространства разли-

чаются у разных людей и «варьируются в зависимости от контекста и опыта каждого индивидуума» [Шенк 2001].

В контексте исследований топонимики и географии ментальная карта используется для изучения того, как «люди воспринимают и организуют информацию о местности, включая топонимику и собственные имена» [Разумов, Горяев 2019]. Этот подход помогает понять взаимосвязь между ментальными картами и пространственным восприятием людей, а также их влияние на языковые и культурные аспекты. Метод «скетч-картирования» (англ. *sketch mapping*) позволяет экспериментально изучать проблему региональной идентичности в контексте геоментальных репрезентаций (см.: [Didelon et al. 2011; Saarinen 1988; Saarinen, MacCabe 1990 и др.]).

Геоконцепт и ментальная карта тесно связаны: основная «масса» концептуального материала ментальной карты приходится на репрезентацию геоконцептов. В то же время ментальная карта как система ментальных репрезентаций геопространства не сводится к геоконцептам, так как содержит многообразные случайные элементы (например, иконические изображения не имеющих названия природных объектов, удаленные из карт объекты и др.). Геоконцепт на ментальной карте представляет собой статичный объект (который может иметь разнообразные связи с другими объектами). Ментальная карта является объектом одновременно *динамичным и процессуальным*, поскольку именно в процессе своего создания она формируется в сознании рисующего ее автора (с реализацией уникальной последовательности создания геообъектов), а также *статичным* (в аспекте полученного/воплощенного результата).

Обобщим отличительные особенности понятия «геоконцепт».

1. Геоконцепт может иметь любая именованная географическая локация, о которой говорят/думают жители.

2. Геоконцепты как системы представлений формируются под влиянием масс-медиа, политики, культуры и личного опыта людей; эти представления могут зависеть также от текущей экономической и социальной ситуации в регионе. Например, геоконцепт «Париж» может представляться не только в контексте его географического местоположения, но и как символ моды, культуры, искусства и истории.

3. Геоконцепты можно рассматривать и как индивидуальные ментальные образования, и как объективированные коллективные конструкты (например, представления о Москве с точки зрения жителей Перми).

Для фиксации на картах ассоциаций/представлений информантов использовались инструменты создания текстового слоя, которые включают: название объекта, субъективное описание, связанное с ним, и название карты, в котором фиксируются социально-демографические параметры информантов.

Важной частью эксперимента является обучение информантов пользоваться инструментами «Студии». Для рисования карт Китая в качестве информантов выступили студенты китайских университетов, что потребовало создания локализации приложения – перевода пользовательского интерфейса программы с русского на китайский язык. Был создан обучающий видеоролик для работы в программе (<https://youtu.be/rvCJPSEoAsA>), размещенный на платформе YouTube.

Таким образом, для проведения эксперимента необходимо предварительно познакомить информантов с обучающими видеороликами и ответить на их вопросы о том, как создавать тот или иной объект, менять его параметры, созда-

вать описание объекта, сохранять нарисованную в «Студии» карту.

Участники эксперимента сообщили о себе следующую информацию: город проживания, пол, возраст. Полученные данные в формате ГОРОД_ПОЛ_ВОЗРАСТ заносились в название карты (см. рис. 1). Время проведения эксперимента не ограничивалось.

Материал

Материалом исследования послужили 96 «наивных» карт Китая, созданных информантами из 45 китайских регионов (Шанхай, Пекин, Цзинань, Вэйфан и др). Гендерный состав информантов: женщин – 86, мужчин – 10. Возрастное варьирование: от 17 до 27 лет. Общее количество объектов на нарисованных картах: 1762, среди них текстовые описания, включая эмодзи, имеют 446 геообъектов (25 %). Количественная представленность информантов по гендерной и возрастной характеристикам отражена в таблице.

Количественная представленность информантов по гендерной и возрастной характеристикам Quantitative representation of informants by gender and age

Пол	Возраст							Всего	Ср. зн. ¹	Ср. кв. ²
	17	18	19	20	21	22	27			
F	1	20	21	21	12	10	1	86	19,72	1,4
M	1	2	3	3	0	0	1	10	19,7	1,6

Примечание. ¹ Ср. зн. – среднее значение. ² Ср. кв. – среднеквадратичное отклонение.

Обработка текстового слоя всех собранных карт для последующего моделирования геоцептов осуществлялась с помощью Информационной системы графосемантического моделирования «Семограф» (<https://semograph.com/>) (см.: [Баранов и др. 2019]), созданной для решения

задач в области обработки/анализа текстов, текстовых выборок/корпусов.

Анализ осуществлялся в несколько этапов.

1. Извлекался текстовый слой всех ментальных карт и экспортировался в файл табличного формата (рис. 2).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	context	components	context.name	fix	О	Или	Объект->Тип объекта	Объект->Название объекта	Объект->Цвет объекта
2	owner			co	cor	component		component	component
3	types			str	str	string		string	string
4	multivalue			no	no	no		no	no
3123		北京是中华人民共和国的首都, 很多外国人在这里居住: 🇨🇳👤	ZIBO				Мегаполис	北京	('#####')
3124		是山东的首都, 我上学的地方	ZIBO				Город	济南	('#####')
3125		上海有魔都之称, GDP位居全国前列	ZIBO				Мегаполис	上海	('#####')
3126		台湾是我国的宝岛, 是中国不可分割的一部分	ZIBO				Мегаполис	台湾	('#####')
3127			ZIBO				Пустыня		('7ed321')
3128		有很广袤的草原与牧场, 有大量的牛羊, 游牧民族分布广布	ZIBO				Город	内蒙古	('#####')
3129		有大量的少数民族, 有信仰的宗教, 盛产甘甜多汁的水果	ZIBO				Пустыня		('5a623')
3130		中国边境	ZIBO				Город	新疆	('#####')
3131									
3132			SHANDONG				Граница	中国边境图	('#000000')
3133			SHANDONG				Граница		('#000000')
3134			SHANDONG				Граница		('#000000')
3134		中国的首都 国家政治中心, 国际交往中心, 世界一线城市					Мегаполис	北京	('#####')
3135		国际经济, 金融, 贸易, 航运中心. 国际大都市. 消费水平较					Мегаполис	上海	('#####')
3136							Степь		('#####')
3137							Степь		('7ed321')
3138							Пустыня		('5a623')
3139							Город	台湾岛	('#####')
3140		一直是中国不可分割的一部分, 是中国第一大岛, 位居战					Мегаполис	海南岛	('#####')
3141		是中国最全的热带岛屿, 为中国的经济开发区, 自由贸易试验					Мегаполис	山东	('#####')
3142		为中国较为重要的工业基地和北方地区经济发展的战略支					Городок	微山县	('#####')
3143		我的家乡微山, 隶属于山东省济宁市, 有着著名的国家5A风景					Река	京杭大运河	('2196f3')
3144		属于世界长河之一, 中国第二长河. 黄河泥沙九成来自于黄土					Река	黄河	('2196f3')
3145		中国第一大河. 长江支流数以千计, 水量居世界第三位。					Река	长江	('2196f3')

Рис. 2. Скриншот фрагмента файла с текстовым слоем ментальных карт Китая
Fig. 2. Screenshot of a fragment of a file with a text layer of mental maps of China

2. Файл импортировался в ИС «Семограф».

3. В ИС «Семограф» осуществлялась классификация всех вербальных реакций информантов. Для этого на основе имеющегося материала создавалась система семантических полей, к которым затем приписывались вербальные реакции информантов о том или ином геообъекте, содержащем семантику поля. Под семантическим полем понимается «множество значений, которые имеют хотя бы один общий семантический компонент» [Апресян и др. 1995: 252].

4. Осуществлялась классификация вербальных ответов – отнесение их к одному или нескольким семантическим полям в зависимости от количества сем, входящих в разные поля (вербальные реакции, связанные с одним топосом, могут относиться к нескольким полям).

5. Поскольку один ассоциат может входить в несколько семантических полей, появляется возможность генерации семантической карты, показывающей связность полей через отнесенность их к одним и тем же контекстам.

6. Визуализация семантической карты представляется в виде семантического графа, вершинами которого являются семантические поля, а ребра показывают количество одновременных вхождений двух полей в одни и те же ассоциаты. Для построения графов использовалось приложение SciVi. Геоконцепт предстает в данной па-

радигме в виде системы связанных друг с другом семантических полей.

Описание результатов

Информанты отметили два наиболее важных города Китая – Пекин и Шанхай. Из них самым значимым мегаполисом Китая является, конечно, Пекин, самый известный город Китая, его столица. На рис. 3 представлен скриншот ментальной карты Китая (Ии. Цинань_Ж_27 лет). Текстовый слой на самой карте можно увидеть при наведении курсора на географический объект.

В данном случае можно увидеть следующий текст, репрезентирующий представление информанта о Пекине: 帝都, 中国的政治中心, 医疗教育资源全国最发达 [Императорский город, политический центр Китая с самыми развитыми медицинскими и образовательными ресурсами в стране]. (Здесь и далее перевод наш.) Геоконцепт «Пекин» состоит из 14 полей: Столица, Достопримечательности, Позитивное отношение, Высокие цены, Возможности, Культурное наследие, Политический центр, Популярный, Экономический центр, Природные ресурсы, Река, ВСПП (Высокая степень проявления признака), Древняя столица, Северные провинции.

Графосемантическая модель геоконцепта «Пекин» представлена на рис. 4.

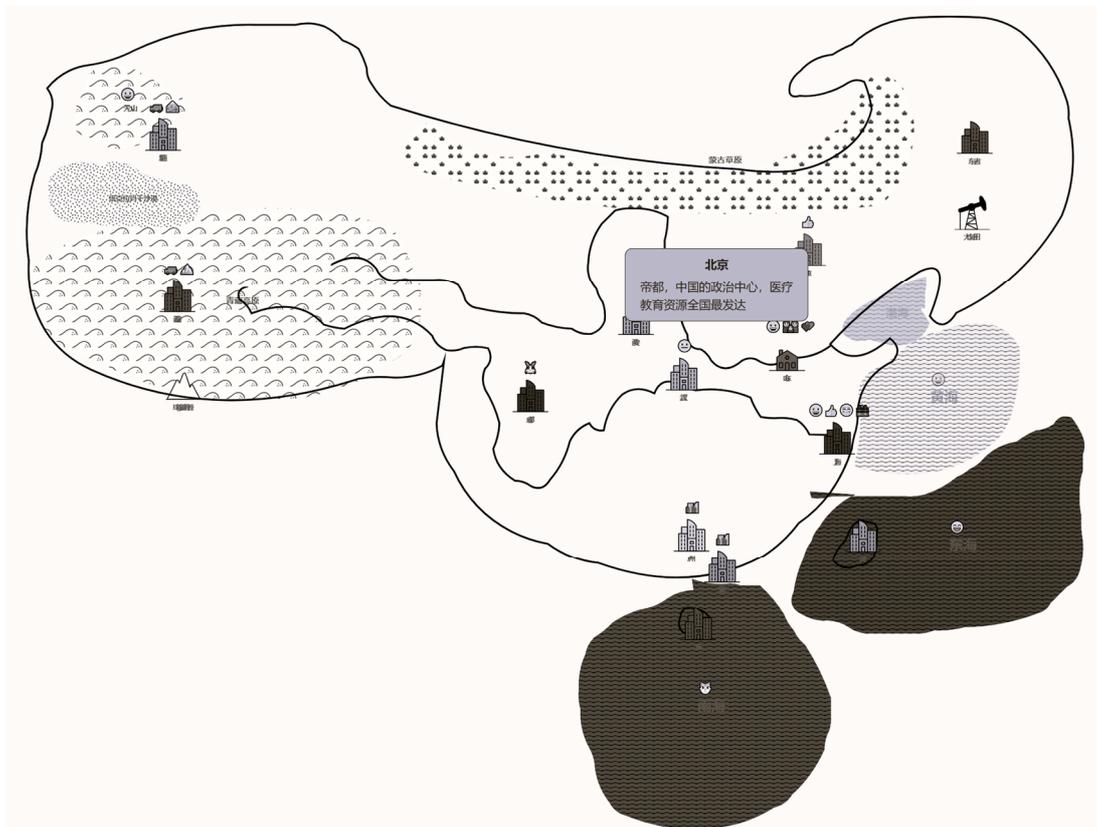


Рис. 3. Скриншот «наивной» карты Пекина в графическом веб-редакторе (Ии. Цинань_Ж_27 года)
Fig. 3. Screenshot of a 'naïve' map of Beijing in a graphical web editor (Informant QINAN_F_27)

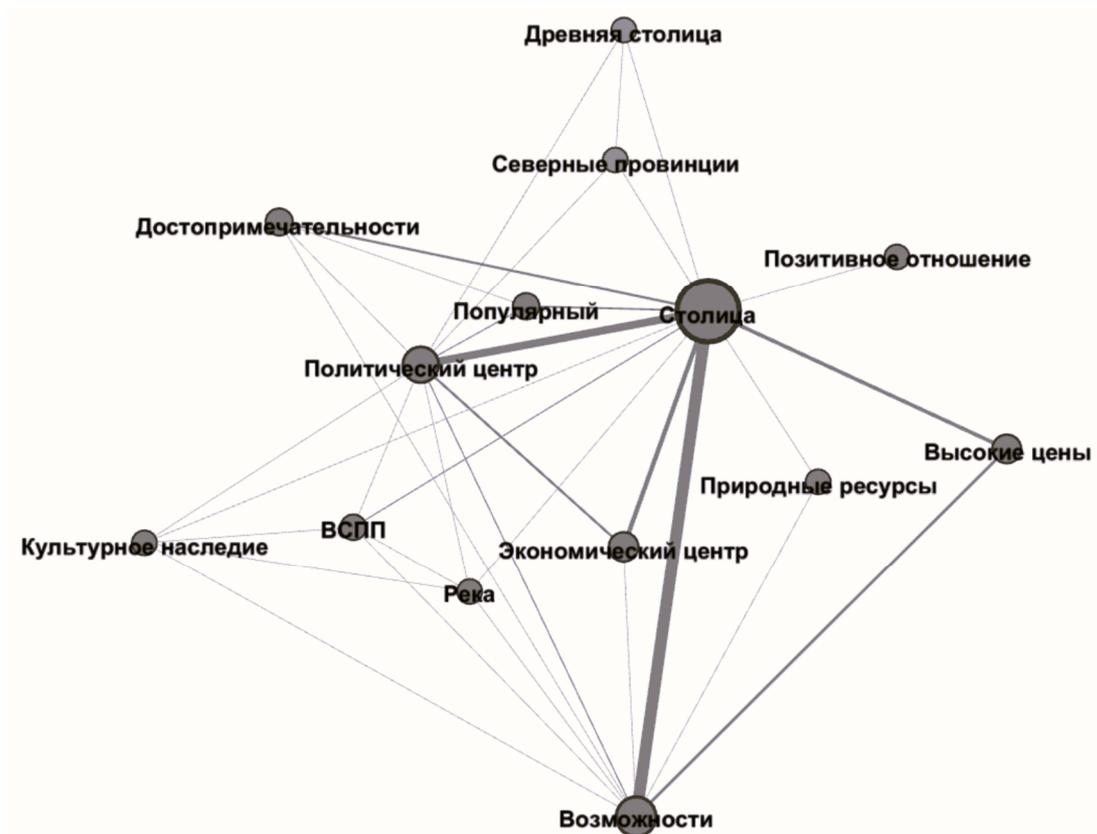


Рис. 4. Система семантических полей геоконцепта «Пекин»
 Fig. 4. The system of semantic fields of the geoconcept 'Beijing'

Важно указать, что Пекин присутствует на всех картах (96 карт), это показывает, что в представлении информантов Пекин – самый значимый город Китая; языковые характеристики присутствуют не всегда, и текстовый слой с упоминанием Пекина есть на 54 % карт.

Граф включает в себя два кластера (обозначены разными цветами), меньший из них является периферийным, состоит из двух полей: «Древняя столица» и «Северные провинции». Поле «Древняя столица» располагается в отдельном кластере – в реакциях информантов указание на историю города редко сопровождается описанием современных реалий и достижений, скорее, указывается неизменность китайской истории: *北京从明朝开始就是中国的首都 [Пекин был столицей Китая со времен династии Мин].*

Из всех семантических полей геоконцепта «Пекин» наиболее частотным является поле «Столица», с которым связаны все поля графа, в том числе поля, образующие доминирующий кластер современного Китая. Значимым является указание на основную роль Пекина – «Политический центр», например, *北京是中国的首都, 最高的权力机关在这里, 总书记在这里办公 [Пекин – столица, здесь находится высший орган власти Китая, здесь находится офис Генерального секретаря].* Пекин раскрывается в

представлениях информантов как город возможностей, обусловленных, с одной стороны, ролью столицы, а с другой – тем, что он является политическим центром, в котором можно получить образование и строить карьеру: *在这里机会很多, 工作也很累 [Здесь много возможностей, но работа утомительна].* В частности, некоторые информанты отмечают, что лучшие университеты Китая находятся в Пекине: *我想研究生的时候去北师大学习 [Я хочу учиться в BNU в аспирантуре].*

Пекин воспринимается информантами и как важный экономический центр, символическим выражением которого являются деньги: *首都, 经济文化中心, 遍地是钱 [Экономический и культурный центр. Деньги везде].* В этом смысле закономерна связь с высокими ценами: *房价特别高, 工资还可以 [Цены на жилье очень высокие, но и зарплата хорошая].*

Информанты нередко ассоциируют Пекин с рекой. Река при этом наделяется мифопоэтическими характеристиками: *永定河见证了中国人民在第二次世界大战中的苦难 [Река Юндин стала свидетелем страданий китайского народа во Второй мировой войне].* Это связано с началом Японо-китайской войны и инцидентом на мосту Лугоу: мост расположен над рекой Юндин в Пекине.

Часть информантов – это китайские студенты, которые учатся в России, поэтому Пекин воспринимается ими в контексте логистического центра: *每次来俄罗斯都要从北京中转 [Каждый раз, когда я приезжаю в Россию, я прилетаю из Пекина].*

Пекин осмысливается также в контексте «Достопримечательностей» и «Культурного наследия», при этом сами объекты рассматриваются, скорее, вне исторической оценки, но с указанием на исключительность (Высокая степень проявления признака): *长城是中国的象征 [Великая стена является символом Китая], «Культурное наследие»: 故宫在北京, 是世界上最大的博物馆 [Запретный город в Пекине – крупнейший музей в мире],* что связано с тем, что, например, самая известная часть одной из величайших мировых

построек – Великой Китайской стены – находится в Пекине.

У информантов есть также субъективные оценки Пекина: *但我不喜欢这里 [Мне здесь не нравится]; 我最爱的城市 [Мой любимый город]; 从小我就对北京有着莫名的憧憬 [С самого детства мне очень хотелось побывать в Пекине].*

Анализ геоконцепта «Шанхай»

Вторым по частотности присутствия на ментальных картах Китая городом является Шанхай (на рис. 5 представлен скриншот ментальной карты Ии. Сиань_M_27 года с актуализированным текстовым слоем представлений информанта о городе). Текстовый слой с упоминанием Шанхая есть на 38 % карт.

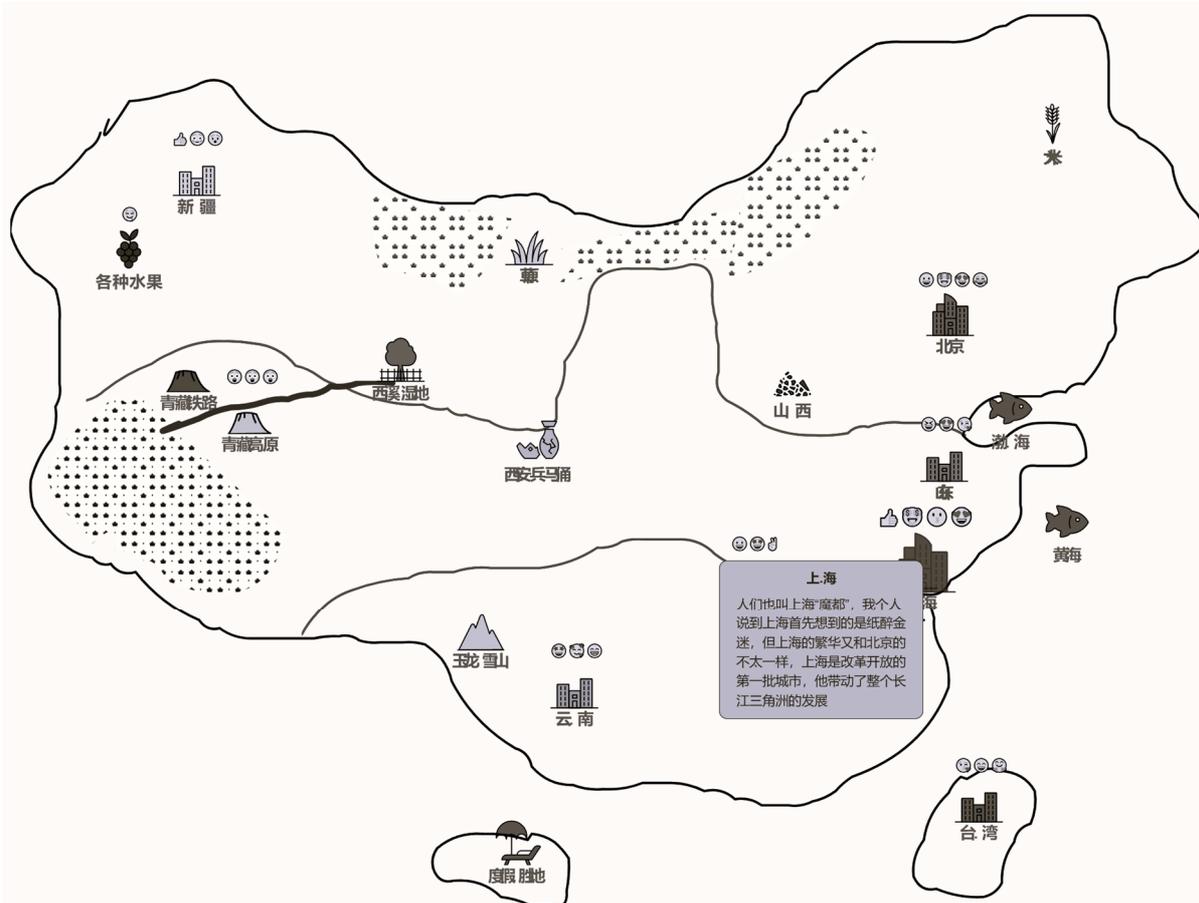


Рис. 5. Скриншот «наивной» карты в графическом веб-редакторе с Шанхаем (Ии. Сиань_M_27 года)
Fig. 5. Screenshot of a 'naïve' map in a graphical web editor with Shanghai (Informant XIAN_M_27)

Представление информантов о Шанхае: *人们也叫上海“魔都”，我个人说到上海首先想到的是纸醉金迷，但上海的繁华又和北京的不太一样，上海是改革开放的第一批城市，他带动了整个长江三角洲的发展 [Шанхай также называют «Волшебным городом», лично я считаю Шанхай самым процветающим городом, но процветание Шанхая не совсем такое, как у Пекина. Шанхай был одним из первых городов, где началась политика*

реформ и открытости, что привело к развитию всей дельты реки Янцзы].

Геоконцепт «Шанхай» состоит из 10 полей (рис. 6), самым значимым из которых является «Экономический центр». В первую очередь Шанхай характеризуется как центр сосредоточения важных экономических ресурсов, инфраструктуры и возможностей для различной деятельности, причем для характеристик использу-

ются иронические образы, например, *我国经济最发达的地方*. <...> *当然, 沪有自己的沪币, 消费极高* [Самое экономически развитое место в Китае <...> Конечно, в Шанхае есть своя собственная шанхайская валюта]. Известная в Китае идиома «шанхайская валюта» используется для высмеивания высоких цен в Шанхае. Деньги воспринимаются как атрибут города: *全是钱* [Все дело в деньгах]; *消费极高* [Расходы очень высокие].

Информанты заметили, что экономический центр включает в себя развитые финансовый, коммерческий и промышленный секторы, а также высокий уровень предложения товаров и услуг: *经济发达的大城市* <...> *现代, 资本, 交通发达*. [Экономически развитый, большой город <...> современный, капитализм, развитый транспорт]; *医疗资源多* [Много видов медицинских услуг] и др.

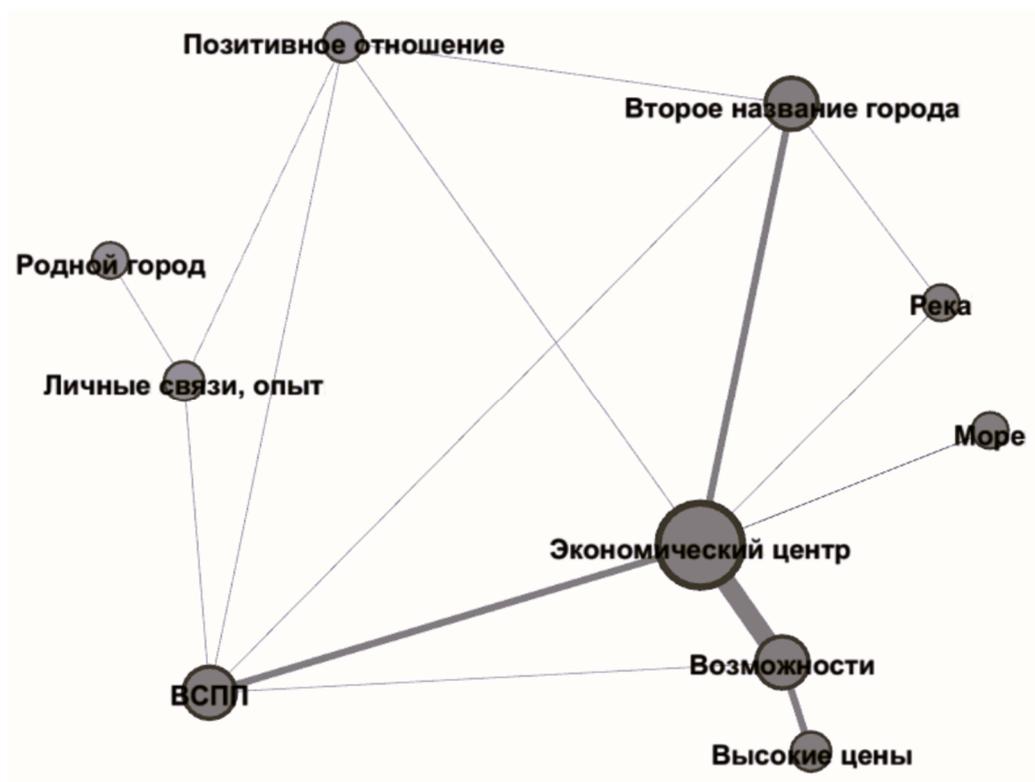


Рис. 6. Система семантических полей геоконцепта «Шанхай»
Fig. 6. The system of semantic fields of the geoconcept 'Shanghai'

Шанхай в представлении информантов осмысливается также в контексте неофициальных наименований – *Волшебный город* и *Жемчужина Востока*. Происхождение наименования *Волшебный город* произошло от романа *魔都* «Моту», написанного в 1924 г. японским писателем Сёфу Мурамацу. В английском языке название переводится как «Город Демонов». В романе автор изобразил дихотомию Шанхая – современный, цивилизованный фасад, скрывающий свою темную сторону, связанную с преступлениями и пороками жителей города. Китайский перевод «мо» («волшебный») дает роману название «Волшебный город». По мере того как росло процветание города, роль Шанхая как места для осуществления «китайской мечты» осталась неизменной: даже сегодня люди едут в Шанхай, чтобы найти свое «место под солнцем». Наименование *Жемчужина Востока* (*东方明珠*) обязано своим происхождением, с одной стороны, распо-

ложению Шанхая на побережье Восточно-Китайского моря, с другой – известному архитектурному сооружению, телебашне «Восточная жемчужина».

Метафора «Волшебного города» раскрывается в мнениях информантов через указание на парадоксальность, смешение реальностей и культур: *上海是既远又近的城市, 它可以很高贵, 高的让你没有踏进去的勇气, 也可以很低, 让你有一种像回家的感觉, 在这就是很神奇, 符合它的魔都称号* [Одновременно близкий и незнакомый город; он может быть настолько благородным, что у вас не хватит смелости шагнуть в него; или он может быть очень интимным, так что у вас возникнет ощущение дома, в этом проявляется его волшебство, в соответствии с этим появилось название «Волшебный город»].

Второй, меньший, кластер образуют поля «Личные связи», «Опыт», «Позитивное отношение»: положительная оценка мегаполиса в дан-

ном случае основывается на личном опыте информантов (заметим, что в случае с Пекином ситуация оценки иная): 丰富多彩的多元化的都市, 目前我在这里上大学 [Это красочный и разнообразный город, в котором я сейчас обучаюсь в университете]. Многие информанты выразили желание жить, учиться и работать в Шанхае. Другой причиной высоких положительных оценок (см. на связь с полем ВСПП) Шанхая связана с тем, что он является более открытым, толерантным городом.

Можно заметить, что есть информанты, которые ассоциируют Шанхай с рекой: 在长江三角洲, 是长江入海口, 从古至今河运非常发达 [В дельте реки Янцзы с древнейших времен и до наших дней очень развит речной транспорт]. Ассоциация Шанхая с рекой Янцзы отражает историческую, экономическую и транспортную значимость этой водной артерии для города, подчеркивая ее роль в международной торговле и обмене.

Шанхай рассматривается также в контексте инокультурной рефлексии о Китае, являясь в глазах иностранцев столицей Китая: 经济中心, 外国人认为的首都 [Экономический центр Китая, столица в представлениях иностранцев].

Заключение

На основе визуализированных (и вербализованных) «наивных» карт, представляющих индивидуальные пространственные образы Китая, имеющиеся у информантов, были реконструированы геоконцепты Пекина и Шанхая.

Анализ геоконцептов Пекина и Шанхая позволяет сделать вывод о том, что оба города имеют большое значение для жителей Китая, но эти города осмысливаются по-разному.

Пекин присутствует на всех собранных картах, показывая тем самым значимость связывающего страну политического центра для граждан Китая. Шанхай, с его развитой финансовой и промышленной инфраструктурой, занимает ведущие экономические позиции, но встречается не на всех картах. В то же время Шанхай в представлениях иностранцев, проживающих в Китае, и иностранных туристов (как эти представления интерпретируют наши информанты) выступает социокультурной столицей Китая: мегаполисом больших возможностей (Волшебный город), открытости и разнообразия. Интересно, что у Шанхая, в отличие от Пекина, есть два неофициальных названия: Волшебный город и Жемчужина Востока. У Пекина нет иных неофициальных наименований.

Концептуально Пекин и Шанхай связаны с водной тематикой (речной и морской). В контексте Пекина такие ассоциации/представления обусловлены преимущественно историческими

событиями, а в контексте Шанхая – находятся в пространстве транспортных/торговых интересов.

Для информантов (студентов) в отношении Пекина и Шанхая значимы возможности, которые дают мегаполисы для построения личной карьеры, осмысляемой в первую очередь в контексте получения хорошего образования.

Таким образом, «наивная» география позволяет осуществлять визуальный доступ к ментальным картам и представлениям информантов о географических объектах, анализ текстового слоя которых свидетельствует об исторических, культурных и личностных измерениях геоконцептов.

Список литературы

Апресян Ю. Д. и др. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / Ю. Д. Апресян, О. Ю. Богуславская, И. Б. Левонтина, Е. В. Урысон. М.: Проспект, 1995. 558 с.

Зелянская Н. Л. Геоконцептология и региональная идентичность // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2014. Вып. 4(28). С. 73–79.

Калуцков В. Н. «Имя» в географии: от топонима – к геоконцепту // Известия Российской академии наук. Серия: Географическая. 2016. № 2. С. 100–107.

Калуцков В. Н. Геоконцепты в географии // Культурная и гуманитарная география. 2012. Т. 1, № 1. С. 27–36.

Обучающий видеоролик для работы в Студии. URL: <https://youtu.be/rvCJPse0AsA> (дата обращения: 22.04.2024).

Разумов Р. В., Горяев С. О. Новые ойкодомонимы как отражение ментальной карты города // Коммуникативные исследования. 2019. № 1. С. 93–111. doi 10.25513/2413-6182.2019.6(1).93-111

Семограф: сайт. URL: <https://semograph.com/> (дата обращения: 22.04.2024).

Студия креативных карт: сайт. URL: <https://creativemaps.studio/> (дата обращения: 22.04.2024).

Шенк Ф. Б. Ментальные карты: конструирование географического пространства в Европе // Политическая наука. 2001. № 4. С. 4–17.

Baranov D. A., Belousov K. I., Erofeeva E. V., Leshchenko Y. E. Semograph Information System as a Platform for Network-Based Linguistic Research: A Case Study of Verbal Behaviour of Social Network Users // Smart Innovation, Systems and Technologies. Smart Education and e-Learning. 2019. Vol. 144. P. 313–324. doi 10.1007/978-981-13-8260-4_29

Chiodo J. Improving the Cognitive Development of Students' Mental Maps of the World // Journal of Geography. 2007. Vol. 96, issue 3. P. 153–163.

Chumakov R. V. Creative Map Studio: A Platform for Visual Analytics of Mental Maps / R. V. Chumakov, K. V. Ryabinin, K. I. Belousov, J. Duan // *Scientific Visualization*. 2021. Vol. 13, issue 2. P. 79–93. doi 10.26583/sv.13.2.06

Didelon C. et al. A world of interstices: A fuzzy logic approach to the analysis of interpretative maps / C. Didelon, S. de Ruffray, M. Boquet, N. Lambert // *The Cartographic Journal*. 2011. Vol. 48. P. 100–107.

Downs R.M., Stea D. Maps in Minds. Reflections on Cognitive Mapping. N. Y., 1977. 284 p.

Saarinen T. F. Centering of Mental Maps of the World. *National Geographic Research*. 1988. Vol. 4, issue 1. P. 112–127.

Saarinen T. F., MacCabe C. The world image of Germany // *Erdkunde*. 1990. Vol. 44. P. 260–267.

SciVi: сайт. URL: <https://scivi.semograph.com/> (дата обращения: 22.04.2024).

Tolman E. C. Cognitive Maps in Rats and Men // *Psychological Review*. 1948. Issue 55(4). P. 189–208. doi 10.1037/h0061626

Zelianskaia N. L. et al. Naive Geography: Geoconceptology and Topology of Geomental Maps / N. L. Zelianskaia, K. I. Belousov, T. N. Galinskaia, D. A. Ichkineeva // *Heliyon*. 2020. Vol. 6, issue 12. doi 10.1016/j.heliyon.2020.e05644

References

Apresyan Yu. D. et al. *Novyy ob'yasnitel'nyy slovar' sinonimov russkogo yazyka* [A New Explanatory Dictionary of Synonyms of the Russian Language]. Boguslavskaya O. Yu., Levontina I. B., Uryson E. V. Moscow, Prospekt Publ., 1995. 558 p. (In Russ.)

Zelyanskaya N. L. Geokontseptologiya i regional'naya identichnost' [Geo-conceptology and regional identity]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2014, issue 4(28), pp. 73–79. (In Russ.)

Kalutskov V. N. 'Imya' v geografii: ot toponima – k geokontseptu ['Name' in geography: From a toponym to a geoconcept]. *Izvestiya RAN (Akad. Nauk SSSR). Seriya Geograficheskaya*, 2016, issue 2, pp. 100–107. (In Russ.)

Kalutskov V. N. Geokontsepty v geografii [Geoconcepts in geography]. *Kul'turnaya i gumanitarnaya geografiya* [Cultural Geography & Geohumanities], 2012, vol. 1, issue 1, pp. 27–36. (In Russ.)

Obuchayushchiy videorolik dlya raboty v Studii [A tutorial video for working in the Studio]. Available at: <https://youtu.be/rvCJPsEoAsA> (accessed 22 Apr 2024). (In Russ.)

Razumov R. V., Goryaev S. O. Novye oikodomimy kak otrazhenie mental'noy karty goroda [New oikodomonyms as a reflection of the mental map of the city]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communication Studies], 2019, issue 1, pp. 93–111. doi 10.25513/2413-6182.2019.6(1).93-111. (In Russ.)

Semograph [website]. Available at: <https://semograph.com/> (accessed 22 Apr 2024). (In Eng.)

Studiya kreativnykh kart [Creative Maps Studio]: website. Available at: <https://creativemaps.studio/> (accessed 22 Apr 2024). (In Russ.)

Shenk F. B. Mental'nye karty: konstruirovaniye geograficheskogo prostranstva v Evrope [Mental maps: The construction of geographical space in Europe]. *Politicheskaya nauka* [Political Science], 2001, issue 4, pp. 4–17. (In Russ.)

Baranov D. A., Belousov K. I., Erofeeva E. V., Leshchenko Y. E. Semograph information system as a platform for network-based linguistic research: A case study of verbal behaviour of social network users. *Smart Innovation, Systems and Technologies. Smart Education and e-Learning*, 2019, vol. 144, pp. 313–324. doi 10.1007/978-981-13-8260-4_29. (In Eng.)

Chiodo J. Improving the cognitive development of students' mental maps of the world. *Journal of Geography*, 2007, vol. 96, issue 3, pp. 153–163. (In Eng.)

Chumakov R. V., Ryabinin K. V., Belousov K. I., Duan J. Creative Map Studio: A platform for visual analytics of mental maps. *Scientific Visualization*, 2021, vol. 13, issue 2, pp. 79–93. doi 10.26583/sv.13.2.06. (In Russ.)

Didelon C. et al. A world of interstices: A fuzzy logic approach to the analysis of interpretative maps. C. Didelon, S. de Ruffray, M. Boquet, N. Lambert. *The Cartographic Journal*, 2011, vol. 48, pp. 100–107. (In Eng.)

Downs R. M., Stea D. Maps in Minds. Reflections on Cognitive Mapping. N.Y., 1977. 284 p. (In Eng.)

Saarinen T. F. Centering of mental maps of the world. *National Geographic Research*, 1988, vol. 4, issue 1, pp. 112–127. (In Eng.)

Saarinen T. F., MacCabe C. The world image of Germany. *Erdkunde*, 1990, vol. 44, pp. 260–267. (In Eng.)

SciVi [website]. Available at: <https://scivi.semograph.com/> (accessed 22 Apr 2024). (In Russ.)

Tolman E. C. Cognitive maps in rats and men. *Psychological Review*, 1948, issue 55(4), pp. 189–208. doi 10.1037/h0061626. (In Eng.)

Zelianskaia N. L., Belousov K. I., Galinskaia T. N., Ichkineeva D. A. Naive geography: Geoconceptology and topology of geomental maps. *Heliyon*, 2020, vol. 6, issue 12. doi 10.1016/j.heliyon.2020.e05644. (In Eng.)

Comparative Analysis of the Geoconcepts 'Beijing' and 'Shanghai' in the 'Naïve' Geography of China

Duan Jinzhi

Postgraduate Student, Assistant in the Department of Theoretical and Applied Linguistics
Perm State University

15, Bukireva st., Perm, 614068, Russian Federation. 707695802@qq.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3891-2016>

SPIN-code: 6002-7300

Submitted 24 Apr 2024

Revised 16 Jun 2024

Accepted 05 Jul 2024

For citation

Duan Jinzhi. Sopotavitel'nyy analiz geokontseptov «Pekin» i «Shankhay» v «naivnoy» geografii Kitaya [Comparative Analysis of the Geoconcepts 'Beijing' and 'Shanghai' in the 'Naïve' Geography of China]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2024, vol. 16, issue 3, pp. 24–34. doi 10.17072/2073-6681-2024-3-24-34 (In Russ.)

Abstract. This article focuses on the reconstruction and comparative analysis of the geocognitive concepts 'Beijing' and 'Shanghai' in the 'naïve' geography of China. The study is conducted within the framework of geocognitive studies developed by the Perm School of Computer Linguistics. Geocognitive studies, as a science of conceptualizing mental representations of space, enable a better understanding of people's mental maps, their perceptions of the world and adaptation in the surrounding space, which can be valuable in the development of urban projects, tourist routes, marketing strategies, and many other areas where geographic aspects are important.

The method of material collection employed in the study is geocognitive mapping – an experiment aimed at creating 'naïve' maps conducted using the vector graphics web editor Creative Maps Studio. The research material consists of 96 'naïve' maps of China created by student informants from universities in China representing 45 regions. The informants were asked to draw a map of China using the web editor and supplement the drawn objects with associations or representations related to them. The processing of the textual layer of all collected maps, necessary for subsequent modeling of geocognitive concepts, was carried out in the information system Semograph, and graphical explication of graphosemantic models of the geocognitive concepts was performed using the SciVi program.

In the informants' perceptions, the geocognitive concept 'Beijing' is a more complex semantic formation, based on the political role of the capital, linking the country in social, cultural, and historical aspects. The geocognitive concept 'Shanghai' encapsulates perceptions of an economic and commercial metropolis – the 'Magic City' of the modern global world. During the analysis of the cities, it was found that historical, sociocultural components, and personal experience significantly influence the associations and/or representations of informants.

Key words: geoconceptology; geoconcept; 'naïve' geography; mental map; regionality; geomental map.