

И. В. Савельева
Кемерово, Россия

КУЗБАССКИЙ ГОРНОЛЫЖНЫЙ КУРОРТ ШЕРЕГЕШ:
ОБРАЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБЪЕКТА
В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Исследование выполнено
при поддержке РФФИ и Администрации Кемеровской области,
проект № 18-412-420003

В статье рассматривается проблема конструирования образа туристического объекта в сопоставительном аспекте. Проведенный лингвокогнитивный анализ русскоязычных и англоязычных интернет-материалов, описывающих кузбасский горнолыжный курорт Шерегеш, позволяет выявить универсальные и вариативные компоненты образа туристического объекта.

Ключевые слова: туристический объект; горнолыжный курорт; образ; имидж; регион; фрейм; слот; ключевое слово; Кузбасс; Шерегеш.

I. V. Saveleva
Kemerovo, Russia

KUZBASS SKI RESORT SHEREGESH:
IMAGE OF A TOURIST DESTINATION
IN RUSSIAN AND ENGLISH LINGUOCULTURES

The article deals with the problem of constructing the image of a tourist destination in a comparative aspect. The linguocognitive analysis of Russian and English-language Internet materials describing the Kuzbass ski resort Sheregesh, allows us to identify the universal and variable components of the destination image.

Key words: tourism object; destination image; ski resort; region; frame; slot; keyword; Kuzbass; Sheregesh.

Исследования регионального имиджбилдинга как способа формирования целостного образа России являются сегодня одними из наиболее актуальных [1; 2; 3]. Одной из важных составляющих имиджа региона является его туристическая привлекательность. Туризм – та сфера, которая позволяет максимально раскрыть индивидуальность и самобытность той или иной территории. Туристический объект – это часть объективной действительности, поэтому его представление в дискурсивных практиках туристических порталов – отражение прямого, непосредственного контакта с этой действительностью. «Туристический имидж региона – устойчивая совокупность эмоциональных и рациональных убеждений и ощущений, которые возникают у целевых аудиторий по поводу туристических особенностей региона; формируются на основе информации о туристических объектах, маршрутах, ресурсах региона, а также личного опыта и впечатлений туристов» [4, с. 52].

В основе формирования имиджа лежит образ. Разграничение понятий *имидж* и *образ* в применении к пространственному объекту позволяет прийти к выводу о первичности последнего, его роли в качестве исходного компонента, ментально-перцептивного «фундамента» для формирования имиджа. Немаловажным также является понимание образа как амбивалентной категории, восходящей к восприятию предмета и формированию образного и рационально-логического компонентов значения. По утверждению И. А. Стернина, «образ предмета складывается из отражения отдельных сторон предмета, поддающихся чувственному восприятию» [5, с. 203].

В научной литературе понимание имиджа во многом связано с целенаправленностью его конструирования и тиражирования. Как пишет автор учебного пособия по имиджелогии В. М. Шепель, «имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания». В языкознании понимание имиджа, безусловно, связано с вербальной репрезентацией образа, намеренно «формируемого и культивированного» [6, с. 54].

По мнению Е. С. Кубряковой, «имидж – это тот образ, который по тем или иным причинам призван заменить реальный объект или же представлять лицо или некую другую сущность (от характера и облика человека до государства и иных властных структур) в глазах (восприятии) других людей» [7, с. 9]. Определение имиджа объекта туристической дестинации находим и в зарубежных исследованиях. Например, А. Brezovec трактует понятие имиджа дестинации (*destination image*) как «отражение всего объективного знания, впечатлений, стереотипов, представлений и эмоционального восприятия отдельного человека или группы о конкретном месте» [8, р. 12].

Что касается образа региона, то нам близко определение А. В. Федотовой, «образ региона – это совокупность ярких, характерных ключевых представлений, устойчивое упрощенное обобщение большого числа ассоциаций, связанных с определенной территорией в контексте образа страны» [9, с. 112].

Понимание специфики образа в лингвистике в первую очередь связано с методологией когнитивно-дискурсивной парадигмы. Комплексность и многослойность являются ключевыми категориями образа, вариативно осмысляемыми и дающими основу для типологизации и параметризации. Инструментарий когнитивной лингвистики оказывается удобным и эффективным для конструирования образа территориального субъекта. Так, в исследовании медиаобраза Сибири, выполненном М. В. Терских, Е. Д. Маленовой, применение метода лингвокогнитивного моделирования позволило авторам выделить и реконструировать медийный образ территории на основе таких категорий, как «климат», «географическое положение», «природно-климатические зоны и ресурсы», «топографические объекты», «история», «экономика», «национальный характер» и «культура» [10]. Данные категории в равной мере являются релевантными и для образа туристического объекта.

В центре нашего исследования – сибирский горнолыжный курорт Шерегеш, который сегодня активно позиционируется как один из ведущих туристических брендов Кузбасса [11]. Целью работы является выявление особенностей восприятия образа курорта через лингвокогнитивный анализ русскоязычных и англоязычных интернет-источников (туристических интернет-сайтов, предназначенных для любителей активного отдыха). В основу анализа туристического дискурса о кузбасском курорте положено понятие фрейма, определяемого как «когнитивная структура, основанная на восприятии знаний о типических ситуациях и связанных с этим ситуациями ожиданиях, свойствах и отношениях реальных или гипотетических объектов» [12, с. 7]. Фрейм состоит из вершины, или макропропозиции (темы) и слотов (терминалов). Слот – ячейка для хранения информации. Набор слотов может быть ограничен опытом человека и индивидуален для каждого человека [10]. Опираясь на работы М. Мински, А. П. Чудинова, М. В. Терских пишет: «Фрейм представляет собой сложную структуру, своеобразную сеть с взаимосвязанными между собой узелками. Первый уровень такой структуры постоянен, фиксирован и содержит понятия, всегда истинные в предполагаемой ситуации. Такие понятия составляют иерархически упорядоченную систему субфреймов. Слоты в свою очередь раскрывают содержание субфреймов. Слот, по мнению А. П. Чудинова, – это “элемент ситуации, который составляет какую-то часть фрейма, аспект его конкретизации”» [10, с. 42–43].

Как показал анализ англоязычных и русскоязычных туристических сайтов, внутри фрейма «горнолыжный курорт Шерегеш» выделяются шесть тематических категорий, которые в свою очередь делятся на слоты (таблица). Текстовыми репрезентациями слотов являются ключевые слова, выделенные на основе контент-анализа англоязычных и русскоязычных интернет-текстов. Не все слоты в равной мере представлены в текстах, некоторые находятся на периферии образа, и поэтому внутри ряда категорий (например, «человеческий фактор») нет соответствующих ключевых слов.

Структура фрейма «Горнолыжный курорт Шерегеш»

	Тематические категории (ТК)	Слоты (Сл)	Ключевые слова (КСл) (русские и английские)
1	Географические характеристики	Топонимика Локация Рельеф	<i>Шерегеш; курорт; место; горы; Зеленая; Горная Шория; Мустаг; поселок.</i> <i>Sheregesh; Russia; Siberia; Kemerovo; Novosibirsk; Shoria; region 'регион'.</i>
2	Природно-климатические характеристики	Природа Климат Экология Сезон	<i>Горы; снег; градусы; перепад.</i> <i>Conditions 'условия'; unique 'уникальный'; mountain 'гора'; April 'апрель'.</i>

3	Транспортная доступность	Расстояние Вид транспорта Время в пути	<i>Километры; метры; добраться; находится; автобус.</i> <i>Transfer</i> ‘трансфер’; <i>trip</i> ‘поездка’; <i>time</i> ‘время’.
4	Инфраструктура	Жилье Оборудование для спорта Оборудование для других занятий	<i>Трассы; подъемники; горнолыжный; кафе.</i> <i>Price</i> ‘цена’; <i>track</i> ‘трасса’; <i>slopes</i> ‘спуски’.
5	Культурно-исторические характеристики	Виды занятий Мероприятия История	<i>Отдых; катание; йети.</i> <i>Snowboarding</i> ‘сноубординг’; <i>skiing</i> ‘катание на лыжах’; <i>bikini</i> ‘бикини’; <i>grelka</i> ‘грелка’.
6	Человеческий фактор	Общая атмосфера Контингент туристов Местное население	– <i>Person</i> ‘человек’; <i>skiers</i> ‘лыжники’; <i>miners</i> ‘шахтеры’; <i>local</i> ‘местный’.

Ключевые слова – «вершины айсберга» – индикаторы ментального бытия имиджа территории, фрагмент более широкой картины мира [13]. Данные единицы видятся нами как вербальные образования, объективирующие восприятие туристами дестинации и манифестирующие основные компоненты фрейма «горнолыжный курорт Шерегеш». Контент-анализ интернет-текстов, представленных на российских и зарубежных сайтах, позволил сделать выборку наиболее частотных ключевых слов (выборки проводилась с помощью бесплатного веб-сервиса Miratext.ru). Результаты представлены в виде облака частотности слов (рис. 1 и 2).

Облако частотности слов



Рис. 1. Результаты контент-анализа русскоязычных интернет-сайтов

Шерегеш расположен на юге Кемеровской области, в горном массиве Горная Шория [16]. Центральным местом, где проводит досуг большинство посетителей курорта, является *гора Зеленая*, поэтому ее название также входит в ядерную часть образа: *Традиционно основным местом катания считают гору Зеленую. Немногие курорты такого типа в России предлагают такую же продолжительность отдыха. На горе Зеленая есть две главные зоны катания: сектор А и сектор Е. Для внетрассового катания на Зеленой есть правый (восточный) и левый (западный) леса* [16; 17].

Наряду с данным наименованием указываются названия и других элементов горного рельефа: *Зона для катания в Шерегеше – это вершины четырех гор: Зеленая, Мустаг, Курган, Утуя* [17].

Примечательно, что топонимы *Мустаг, Курган* и *Утуя* также часто присутствуют в интернет-материалах о Шерегеше, хотя два последних, как менее востребованные в аспекте массового спортивного туризма, не входят в список ключевых слов и, следовательно, представлены в периферии образа туристического объекта.

ТК «географические характеристики», Сл «топонимика», КСл *Sheregesh, Russia, Kemerovo, Siberia*.

В англоязычных источниках слот «топонимика» актуализирован наименованиями более крупных геополитических точек. В блок ключевых слов, вербализующих данный слот, наиболее часто входят топонимы *Russia* и *Siberia*, что объясняется актуальностью данных понятий для внешнего туриста. Топоним Шерегеш входит в сочетания *its location in central Siberia* ‘его расположение в центральной Сибири’; *located in Southern Siberia, Kemerovo region* ‘расположен в южной Сибири, в Кемеровской области’; *from Moscow to Sheregesh* ‘из Москвы в Шерегеш’; *Russia’s most popular ski resort Sheregesh* ‘самый популярный российский лыжный курорт Шерегеш’. Для человека, проживающего за пределами России, естественным элементом определения расположения является название страны, ее столицы, а также значимого и наиболее известного региона, которым и является сибирский регион. Интересно отметить, что восприятие России как страны с огромной территорией отражается в структуре образа курорта через обозначение его небольшого размера: *isolated and tiny Sheregesh is a mining village* ‘изолированный и крошечный Шерегеш – это шахтерский поселок’; *Sheregesh is small ski resort* ‘Шерегеш – небольшой горнолыжный курорт’ [18].

Кроме того, задачей англоязычных авторов интернет-сайтов является описание локации с указанием населенных пунктов, снабженных воздушным и железнодорожным транспортом. Соответственно, в ядерной зоне мы наблюдаем топонимы *Moscow, Kemerovo: the Sheregesh ski resort is located in the Kemerovo Region of Russia, around 4,200 km (2,610 miles) from Moscow* ‘горнолыжный курорт Шерегеш расположен в Кемеровской области России, около 4200 км (2610 миль) от Москвы’. В англоязычных интернет-источниках актуализирован оценочный компонент образа курорта Шерегеш, под-

черкивающий, что Шерегеш в первую очередь популярен у местных жителей: *Sheregesh is one of the most beloved areas for Russian snowboarders* ‘Шерегеш – одно из излюбленных мест русских сноубордистов’ [19]. На периферии образа встречаются и ошибочные указания на локализацию курорта, такие как *Sheregesh – Krasnoyarskii Krai*, которые эксплицируют восприятие Сибири иностранными туристами и создателями сайтов как единой территории, внутри которой деление на области актуально только для ее жителей.

ТК «природно-климатические характеристики», Сл «климат», КСл *снег, сезон*.

Данная тематическая категория также детально представлена в интернет-текстах, посвященных курорту. Особое место в формировании образа занимает описание местного снежного покрова. Лексема *снег* встречается в атрибутивных сочетаниях *мягкий снег, свежий снег, покрытые снегом горы, уникальный снег, глубокий снег*. Кроме данной лексемы в русских текстах присутствует и слово *пухляк*, которое обозначает снег особого качества, рыхлый, без уплотнения, только что выпавший: *тепло и не тает снег? Это называют феноменом Шерегеша – теплая погода и покрытые снегом горы. ...зимой толщина снежного покрова здесь может достигать 3–4 метра. Здесь особенный мягкий «пухляк». ...успеть прокатиться по свежему белоснежному пухляку, покрывшему склоны гор. Снег здесь выпадает в конце осени и лежит до самого мая...* [14; 15; 16; 17]. В представленных высказываниях мы также наблюдаем словосочетания *в конце осени* и *до самого мая*. Они репрезентируют слот «Климат», который обобщенно обозначен как *феномен Шерегеша* – уникальные климатические условия, при которых возможен самый долгий туристический сезон, длящийся с ноября по май.

ТК «природно-климатические характеристики», Сл «климат», КСл *snow, conditions*.

На англоязычных сайтах среди природно-климатических характеристик наибольшее количество репрезентаций также связано с качеством местного снега, который получает следующие описания: *the fluffy snow* ‘пушистый снег’; *snow – so unique* ‘снег настолько уникален’; *of such quality* ‘такого качества’; *perfect snow* ‘идеальный снег’; *the local snow, which is unique* ‘местный снег, который уникален’. Кроме того, встречается выражение, которое эквивалентно лексеме *пухляк*: *nice powder snow* ‘хороший пухляк’, *Russia’s finest powder* ‘лучший пухляк в России’; *the earliest powder in Russia* ‘самый ранний пухляк в России’. Сочетание данной лексемы с превосходной степенью прилагательных *finest* ‘наилучший’, *earliest* ‘самый ранний’ позволяет отразить оценочный компонент, а также вербализует знание о преимуществах сибирского курорта. Кроме того, климат описывается как сухой, но английское прилагательное *dry* характеризует не только климат, но и свойства снега: *The climate here is dry, and so is the powder* ‘Климат здесь

сухой, так же, как и пухляк' [20]. Ключевое слово *condition* 'состояние' также встречается в сочетании с лексемой *снег*: *good snow condition* 'хороший снежный покров'.

ТК «транспортная доступность», Сл «расстояние», КСл километр, добраться.

Так как ГЛК Шерегеш находится достаточно далеко от центральной части России, то слот «расстояние» репрезентирован в большинстве интернет-материалов. Данному слоту соответствуют ключевые слова *километр, добраться*, которые, как правило, сочетаются с количественными показателями, наименованиями крупных населенных пунктов, а также с наименованиями доступного транспорта: *Путь от Новокузнецка до Шерегеша составляет 170 км; Новокузнецк – Шерегеш – 165 км; добраться можно из ближайших крупных городов (Новокузнецк, Кемерово, Новосибирск) на общественном транспорте (ж/д, междугородные автобусы), на чартерных туристских автобусах* [14; 15; 16; 17]. Любопытно, что на разных сайтах расстояния от одних и тех же населенных пунктов до курорта варьируются.

ТК «транспортная доступность», Сл «расстояние», КСл *trip, time*.

Среди ключевых слов, репрезентирующих слот «расстояние» в англоязычных текстах, находятся лексемы *time* 'время' и *trip* 'поездка', это отличает данный аспект образа сибирского курорта, что вполне объяснимо. Для иностранного туриста это экзотичная поездка, которая займет достаточное количество времени. Поэтому вербализация слота происходит через следующие языковые выражения: *make the trip to Verbluda Rocks* 'совершить путешествие к скалам-верблюдам'; *The trip lasts about half an hour, with time for photos and clambering about on the rocks* 'Поездка длится около получаса, и есть время на фотографирование и карабканье по скалам' [18; 19; 20].

Таким образом, лингвокогнитивный анализ фрейма «горнолыжный курорт Шерегеш» в сочетании в контент-анализом позволил выявить универсальные и вариативные слои образа сибирского горнолыжного курорта. Наиболее детальное языковое выражение как в английской, так и в русской лингвокультурах получают географические и природно-климатические характеристики. В категории «топонимика» наблюдаются явные различия между представлением и вербализацией знания о местонахождении Шерегеша у представителей разных лингвокультур. В англоязычных источниках ключевыми географическими точками и, соответственно, наименованиями являются более крупные элементы пространства, а в русскоязычных топонимика варьируется, задействовано большее количество онимов. При описании природы и климата Шерегеша обозначаются те атрибутивные признаки, которые выделяют курорт в ряду других аналогичных объектов, причем как в России, так и за рубежом. В частности, в обеих лингвокультурах вербализации подвергается атрибут зимних видов спорта – снег, который, несмотря на принадлежность к категории «осадки», также может определяться как часть инфраструктуры курорта. Наполненность выделенных слотов ключе-

выми словами, составляющими семантическое ядро проанализированных интернет-материалов, указывает на концептуализацию слоев образа зимнего курорта, самых значимых для носителей русского и английского языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Супрун, В. И. Сибирь: имидж мегарегиона / В. И. Супрун ; под ред. В. И. Супруна. – Н. : ФСПИ «Тренды», 2012. – 364 с.
2. Кондратьева, О. Н. Стереотипный медиаобраз сибирского региона (по материалам российских СМИ XXI века) / О. Н. Кондратьева // Имагология и компаративистика. 2019. – № 12. – С. 222–236.
3. Мельник, Н. В. Образ Кузбасса в обыденном языковом сознании школьника / Н. В. Мельник, Ю. А. Макрушина // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 5 (72). – С. 451–455.
4. Важенина, И. С. Имидж и бренд региона, сущность и особенности формирования / И. С. Важенина // Экономика региона. – 2008. – № 1. – С. 52.
5. Стернин, И. А. Слово и образ / И. А. Стернин, М. Я Розенфельд. – Воронеж : Истоки, 2008. – 243 с.
6. Шепель, В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В. М. Шепель. – М. : Нар. образование, 2002. – 345 с.
7. Кубрякова, Е. С. К определению понятия имиджа [Электронный ресурс] // № 1 (014). – 2008. – С. 5–11. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-imidzha.pdf>. – Дата доступа: 26.07.2019.
8. Brezovec, A. The interdependence of a country's general and tourist images / A. Brezovec, T. Brezovec, Z. Jančić // Reinventing the tourism destination: facing the challenge / Weber, S. ; Tomljenović, R. (Eds.). – Zagreb, 2004. – P. 115–129.
9. Федотова, А. В. Формирование образа Мурманской области в полиграфической рекламе региона / А. В. Федотова // Общество. Среда. Развитие. – СПб., 2014. – № 2. – С. 112–116.
10. Терских, М. В. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование / М. В. Терских, Е. Д. Малёнова – Омски : ЛИТЕРА, 2015. – 160 с.
11. Saveleva, I. V. The image of the Kuzbass ski resort Sheregesh in the discourse of online reviews / I. V. Saveleva, N. V. Melnik // Журнал Сибир. фед. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2019. – Т. 12. – № 1. – С. 137–154.
12. Минский, М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. – М. : Наука, 1979. – 152 с.
13. Дементьев, В. В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и грамматике / В. В. Дементьев. – М. : Studia Philologica, 2017. – 338 с.
14. Ski.Ru. Горнолыжный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ski.ru/az/resort/187/>. – Дата доступа: 20.09.2019.
15. S-Travel. Автобусные туры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sheregesh.tomsk.ru/sheregesh>. – Дата доступа: 10.09.2019.
16. Шерегеш. Горнолыжный курорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sheregesh.su/gornaya-shoriya-sheregesh>. – Дата доступа: 10.10.2019.
17. Кармин Тревел [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://karmin-travel.ru/tury-na-otdyh-v-russii/sibir/gornolyzhnye-tury/sheregesh-opisanie-kurorta.html>. – Режим доступа: 15.08.2019.
18. Lonely Planet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lonelyplanet.com/russia/sheregesh/activities/sheregesh-ski-resort/a/poi-act/1493812/1315239>. – Дата доступа: 10.09.2019.

19. Culture Trip. The best ski resorts in Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theculturetrip.com/europe/russia/articles/the-best-ski-resorts-in-russia/>. – Дата доступа: 15.08.2019
20. Russia Climbing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russia-climbing.com/sheregesh-ski-resort.html>. – Дата доступа: 10.09.2019.

Ирина Викторовна Савельева
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков
Кемеровского государственного университета

Irina V. Saveleva
PhD, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Foreign Languages
at Kemerovo State University