

Лингвокультурные особенности регионов в контексте развития туризма (на примере Приморского края)

Введение

Развитие внутреннего туризма является для России исключительно актуальной задачей, которая, однако, не имеет простого решения. Большинство исследователей обращает внимание на географические и экономические вопросы, забывая при этом о социокультурном и, в частности, лингвокультурном аспектах туризма. В ряде работ ведущих мировых специалистов показано, что культура и язык являются фундаментальными категориями, без учёта которых невозможно ни трактовать туризм как общественное явление, ни планировать его развитие на конкретной территории [20; 23; 24]. Опыт подобного рода исследований также свидетельствует о том, что их результаты открывают новые перспективы как для специалистов в области туризма, так и для языковедов.

Целью настоящей работы является систематизация представлений о лингвокультурных особенностях региона, устанавливаемых в ходе комплексных исследований учёными-языковедами и имеющих отношение к развитию туризма. Авторы при этом основываются как на обобщении и концептуальной проработке ранее опубликованных идей, так и на опыте собственных эмпирических исследований (главным образом, в Приморье, а также на Юге России).

Общетеоретические соображения

Значимое место в отечественной лингвистике занимает пространственный аспект существования языка, предполагающий две теоретические возможности: 1) литературный язык един, противопоставлены литературные и нелитературные явления, территориальные различия принадлежат к диалектной области и сферам её влияния; 2) литературный язык существует в территориальных вариантах, в определённом взаимодействии с наддиалектными и диалектными формами [8]. Второй из названных подходов предопределяет актуальность изучения регионального варьирования национального языка, что привело к возникновению особой отрасли языкознания – региональной лингвистики. В контексте данного направления проводятся исследования, посвящённые языковому портретированию различных российских регионов (например, [4–7]).

В сфере туризма лингвокультурные особенности регионов проявляются двояко. Во-первых, это формирование специфического "языка туризма" в его обиходном и профессиональном вариантах. Первый из них используется туристами и населением, высказывающим суждения о туризме, а второй – специалистами (экскурсоводами, работниками агентств и т.п.). Наличие региональных (в широком понимании) вариантов такой лексики показано в работах Н.А. Тюленевой [15] и Ф. Чиванги [19], изучавших "языки туризма" в России, США и Танзании и установивших ряд существенных их отличий как друг от друга, так и от национальных языков указанных стран (русского, английского и суахили соответственно). Во-вторых, лингвокультурные особенности региона следует рассматривать в качестве ресурса и фактора развития туризма. Соответствующая их трактовка предлагается ниже. Отметим, что под ресурсом понимается совокупность материальных или нематериальных

© Кормазина О.П., Рубан Д.А., 2018

КОРМАЗИНА Ольга Петровна, к.филол.н., ассистент кафедры русского языка как иностранного ДВФУ (г. Владивосток). E-mail: kormazina.op@dvfu.ru

РУБАН Дмитрий Александрович, Ph. D., к.геолого-минералог.н., доцент Высшей школы бизнеса Южного федерального университета (г. Ростов-на-Дону). E-mail: ruban-d@mail.ru

объектов и свойств географического пространства, которые представляют (реально или потенциально) интерес для туристов, а под фактором – тенденцией, силы и условия, влияющие на развитие соответствующей индустрии.

Традиционно региональная лингвистика обращает внимание на топонимику, малые письменные жанры и устную речь. Они могут выступать в качестве ресурса, привлекая туристов, для которых культурная (в данном случае лингвокультурная) аутентичность не только интересна сама по себе [18; 21], но и входит в число критериев для эстетических суждений о дестинациях [22]. Необычные географические названия, фольклор и само своеобразие речи вполне привлекательны для туристов. В частности, лингвокультурные особенности повышают удовлетворённость туристов от посещения дестинации. Например, посетитель станицы Старочеркасская в Ростовской области – одного из самых известных центров казачьей культуры – будет в большей степени удовлетворён, если в дополнение к осмотру историко-культурных памятников услышит подлинный казачий говор или хотя бы отдельные характерные слова.

Лингвокультурные особенности выступают и в качестве фактора развития туризма. Прежде всего, или сами способствуют формированию туристического образа территории (в современной научной терминологии туристический образ отличается от туристского образа [14]), или могут использоваться при его целенаправленном создании и продвижении. Объяснение того, как решению подобного рода задачи может способствовать местная художественная литература, даётся в работе А.В. Фирсовой [16]. Языковые особенности также влияют на восприятие местной социокультурной среды туристами (как напрямую, так и дистанционно при обращении к электронным ресурсам) [23; 24].

В качестве фактора лингвокультурные особенности региона также могут оказать в той или иной степени негативное влияние на сферу туризма. Речь идёт, во-первых, о бытовых трудностях. Например, на Юге России для обозначения тыквы и баклажана местное население использует слова *кабак* и *синенькие*; иногда можно встретить слово *мятка* (картофельное пюре). Употребляются они массово и не являются следствием недостаточной образованности отдельных людей. При совершении покупки на рынке (обычно называется *базар*) или в магазине, у туристов могут возникнуть затруднения. Это тем более важно, когда в регионе используются нестандартные обозначения видов транспорта: соответствующие слова далеко не всегда могут быть корректно расшифрованы приезжими из других регионов. Ещё большие трудности будут испытывать туристы из других стран, владеющие русским языком в объёме, недостаточном для полного понимания речи местных жителей. Проблемы могут быть и иного рода. Широкое использование неофициальных названий и некорректных географических определений может привести к искажению ценной для туристов информации. На примере Лагонакского нагорья в Республике Адыгея показано, как общепринятое его наименование *плато Лаго-Наки* дезориентирует туристов и даже влияет на их удовлетворённость от посещения этой дестинации. В данном случае проблема состоит в том, что нагорье по определению требует лучшей физической подготовки для пеших походов, чем плато [11].

Туризм выполняет важную функцию, а именно сохранение регионального лингвокультурного своеобразия. Происходит это в том случае, если последнее целенаправленно используется в качестве ресурса, а также учитывается при создании туристических образов территории. Если функция сохранения реализуется в полном объёме, то можно ожидать быстрого перехода лингвокультурного своеобразия региона в категорию нематериального культурного наследия. Однако активный межкультурный обмен, происходящий при контактах приезжих с местным населением, активизации выездного туризма, встраивании региональной индустрии туризма и гостеприимства в национальную и общемировую, вовлечении региона в процессы глобализации при социально-экономическом росте, инициированным развитием этой индустрии, способствует одновременно и "размыванию" или даже исчезновению региональных лингвокультурных особенностей. Это входит в прямое противоречие с вышеотмеченной функцией.

Результаты

Представленные выше концептуальные соображения требуют пояснения и иллюстрации на основе фактического материала. Одним из авторов настоящей работы на протяжении нескольких лет активно ведутся исследования по выявлению лингвокультурных особенностей Приморского края, а именно своеобразия устной речи жителей этого региона [6; 7] (соответствующая база данных представлена, в частности, в диссертационной работе О.П. Кормазинной и продолжает непрерывно пополняться). Её уникальность обусловлена рядом факторов: специфическим ландшафтом, близостью к морю, а также соседством с Китаем. Ниже предлагается анализ некоторых результатов этих исследований в контексте туризма.

Одним из значимых факторов, обуславливающих специфику языковой картины мира приморцев, является расположение на территории края горной системы Сихотэ-Алинь. По этой причине в речи активно используется слово *сопка*, которым в Забайкалье и на Дальнем Востоке называют холмистую возвышенность. Данную лексическую единицу можно рассматривать в качестве относительного регионализма (в понимании Ю. А. Резвухиной [13]). Употребление слова *сопка* в устной речи является неотъемлемой частью повседневного языкового существования приморцев – как городских, так и сельских жителей: *Они со мной на одной улице живут / только их дом выше / на сопке; Это (здание) на Магнитогорской / там от остановки нужно на сопку подняться; Ну я вышла и сопкой сопкой сопкой / дошла по сопке по лесу и вышла как раз к садику; Их дом в конце улицы стоял / на сопочке* (зд. и далее фрагменты живой речи приводятся с сохранением произносительных особенностей информантов; при передаче звучащего текста использованы условные обозначения, принятые в коллоквиалистике и диалектологии). Эту особенность своего региона дальневосточники нередко отмечают, рассказывая о поездках в европейскую часть России, например: – *Стоим на Невском / смотрим / вон Адмиралтейство / а идти до него полчаса пришлось // Это мы здесь привыкли / что видно до ближайшей сопки / а там всё.... / – Плоско // – Ну да!!*

С точки зрения туризма, использование слова *сопка* даёт двойственный эффект. С одной стороны, оно малопонятно для приезжих из других регионов. Некоторые туристы вообще не поймут, о чем идёт речь, другие (более "опытные") могут представлять обычный или грязевой вулкан (по аналогии с использованием слова *сопка* на Камчатском и Таманском полуостровах соответственно). При этом корректная трактовка слова принципиально важна, т.к. от неё зависят, во-первых, восприятие ландшафта (в т.ч. ожидание определённой ландшафтной картины), а, во-вторых, готовность туристов к пешим походам по сопкам. С другой стороны, слово *сопка* отражает местную специфику и может активно использоваться при создании и продвижении туристического образа территории, в т.ч. в электронном пространстве.

Как отмечает Е. В. Красильникова, "в актуальном пространстве человек должен различать важные для повседневного общения объекты, для чего официальная дифференциация часто оказывается недостаточной" [9]. По этой причине жители Приморского края активно используют неофициальные названия сопок: *Когда едешь в Варваровку / её видать // Варькина сопка // (объясняет название) Что-то связано / со смертью девушки; Каждая сопка у нас / они / сопки Сихотэ-Алинь / но мы называли своими словами / Синий увал / Сухая сопка / Бабина сопка / Федина сопка / ага // А в общем это всё китайское название Сихотэ-Алинь // Сопки Сихотэ-Алинь*. В туризме неофициальные названия создают значительную проблему. Она связана, во-первых, со сложностью ориентации в пространстве региона (это особо актуально в связи с тем, что внутренний для России туризм предполагает, в первую очередь, самостоятельные путешествия), а, во-вторых, со снижением удовлетворённости из-за нечёткого наименования объектов (туристы, как правило, ожидают чего-то конкретного, и любое расхождение мнений может трактоваться ими как недостаточная "подготовленность", своего рода "неустроенность" дестинации в целом). Тем не менее неофициальные названия подчёркивают местный колорит и имеют свою мотивацию (например, они даются вследствие определённых исторических событий), а потому вполне возможно их ограниченное использование при создании туристского продукта.

Ещё одной дальневосточной реалией, занимающей значимое место в языковой картине мира жителей Приморья, является тайга, вследствие чего характерными для языкового существования дальневосточников оказываются такие фрагменты дискурса, как "Диалог в тайге" [12] и "Рассказы о тайге". В подобных рассказах, относящихся не только к настоящему, но и к прошлому, тайга обычно представляется как традиционное для приморцев место промысла: *Папа/ папин брат/ дядя Петя/ они охотники были/ тут же была непроходимая тайга/ я уже помню/ изобрел папа бил; А по тайге/ я же обиньрила/ эту всю тайгу/ одеваешь лапти/ я и Петька/ и пошли в лес/ в тайгу за чем-нибудь! Я и на эту вот/ на кедр лазила/ за орехом; Мой муж за женьшенем ходил/ вот в эту тайгу; Пасека у меня в тайге/ отсюда сорок километров.* Основным маркером речи местных жителей, рассказывающих о своих таёжных промыслах, служит особая лексика – названия характерных для данного региона растений: *Много маньчжурского ореха у нас// Потом вот этот/ айр растёт вот этот вот/ лечебный корень; Тогда уже начали ребята ходить/ за женьшенем; Там кедры одни/ столетние кедры.* При этом возможны ситуации, когда упомянутое разговорное название оказывается неизвестным его собеседнику в силу различных причин (слушающий – представитель более молодого поколения, городской житель или уроженец тех мест, где данное растение не встречается); в этом случае говорящим даётся комментарий незнакомого слова, например: – *А я вот так и не знаю/ что такое ильмак.../ – Ильмак.../ это на валёжине/ на гнилом ильмаке растут грибы/ на дереве// Они растут вот так/ вот/ стоит гнилое дерево/ и они такой шапкой...// Такие жёлтые-жёлтые//.*

Упоминание тайги и её природных богатств, как правило, не требует значительных пояснений. Следует отметить, что слово *taiga* вошло в английский язык и активно используется в т.ч. в профессиональной литературе. В этой связи сказанное выше обозначает важный лингвокультурный ресурс туризма, существующий в Приморье.

Тайга и сопки, являясь неотъемлемыми элементами дальневосточной языковой картины мира, в устной речи жителей данного региона неизменно получают определённую оценочную окраску. Как правило, названные реалии оцениваются приморцами положительно, например: *(обращаясь к гостям из Москвы) Вот/ золотая осень в уссурийской тайге/ такую красоту мало где увидишь; Вот даже и ты сама видишь/ вкруговую сопки/ а мы вроде как в низине// Красивы сопки.* Стоит отметить, что в рассказах представителей старшего поколения нередко обнаруживается противопоставление двух временных планов – прошлого (с положительной оценкой) и настоящего (с оценкой отрицательной); таким образом жители Приморья выражают сожаление по поводу уничтожения уникальной дальневосточной природы. В качестве примера приведём несколько фрагментов подобных рассказов:

♦ *Вот у нас сколько идут/ лесозаготовки/ где тот лес? Сейчас везут/ душа болит// Карандаши! Знаете какая тут была тайга красивая? За Ильмаковку зайдёшь// На Стрелку/ там поднимешься токо во так на/ на подъём/ на сопку/ а там! Пройдёшь немножко/ лес/ кедрач/ вот ничего ни кустика ниуде/ токо эта ёлка/ эта/ иула осыпается вот старая/ токо эта иула и шишки/ шишки как чурки!*

♦ *Этот лесозаготовительный участок/ эти уже пилили/ уромадные/ уромадные эти кедры/ кедры вот эти вот/ сосны/ уромадные столетние/ и урузили на платформы// Это ЛЗУ выпилило/ выпилило де что токомоули/ вот// Вот тянули жилы/ тянули вот эту вот всю нашу тайгу/ зверё всё наше поубедало/ охот.../ охотиться неуде было// Ну сейчас-то уже всё/ вывели/ повыпилили/ всё//*

Такая языковая особенность исключительно важна с точки зрения туризма, т.к. позволяет формировать конкретный и в то же время положительный туристический образ территории в целом и отдельных расположенных в её пределах дестинаций. Сожаления по поводу утраченной природы, безусловно, снижают ценность региона в глазах туристов, но, тем не менее, вводят в туристский дискурс экологические элементы, что важно само по себе.

Близость тайги обуславливает ещё один уникальный признак языкового существования приморцев, а именно – возникновение в их рассказах темы

"Встреча с тигром"; нельзя не отметить, что более характерной данная тема оказывается для рассказов сельских жителей. Например:

Тиуры у нас хо-одят// Мы когда приехали сюда с бабушкой/ и уже/ первый снежок выпал/ ну я за ружьишко и побежал/ пробежать// Иду/ след/ встал/ стою/ смотрю/ идёт/ тиурица/ и два тиурёнка следом/ так метров тридцать/ она на меня смотрит/ они за ней прохо-дят/ я стою у меня волос дыбом поднялся/ прошли/ я беюм домой!

Обращает на себя внимание различие в тональности подобных рассказов. Так, можно отметить случаи, когда истории о встрече с тигром (или только о его появлении в населённом пункте) звучат пугающе: *У нас/ зашла тигра вон там/ за лесхозом/ там семья живёт.../ Он вышел/ мужик/ а она вот она лежит возле калитки// И собачонка/ грит.../ Они её три дня не могли с-под веранды вытащить// А тигра прям на крыле.../ прям перед калиткой на тротуаре лежит.* В других ситуациях рассказчики говорят о таких эпизодах спокойно, без страха, восхищаясь красотой животного и подчёркивая, что тигр никогда не нападёт первым, например:

Ещё был случай/ едем с сыном.../ Едем в след тигра/ по следу/ све-жему следу// Приехали домой/ сели/ сидим/ смотрим/ он говорит "кто это такой/ вот идёт/ по дороге к нам?" На пасаку зашёл уже! Я говорю/ "так это тигр идёт"// Такой красавец! Я такого не видел// Вот сколько показывают/ нету// Он весь расписной был! Нос обычно у них жёлтый/ а этот ну весь расписной/ ну такой красавец! Этот мужик/ которого я.../ "Давай стрельнем/ я стрельну!" Я говорю/ "я тебе стрельну! Не трогай его!" Потом/ я говорю "ладно/ выстрели вверх"/ выстрелил вверх/ он чуть пры-гнул в сторону и пошёл// Такой закон.../ закон такой/ не трогай/ никогда не тронет никакой зверь//

Вне всякого сомнения, тигр является доминирующей составляющей туристического образа Приморья, своего рода брендом. Акцент внимания на этом животном, частое его упоминание в речи местных жителей, сочетание "уважительных" отзывов о нем, забавные и, напротив, страшные рассказы самым положительным образом влияют на развитие туризма. Приезжий из другого региона или из-за рубежа будет слышать именно то, что он желает услышать; это создаст эффект удовлетворения даже в том случае, если он не встретит тигра лично и даже не посетит тайгу. По возвращении из путешествия именно эти рассказы будут многократно транслироваться, что позволит бывшему туристу продемонстрировать собственную значимость в глазах окружающих, что ещё больше повысит качество его впечатлений в плане личной удовлетворённости. Одновременно с этим подобного рода впечатления являются важным источником распространения позитивного образа дестинации. Стоит добавить, что выявление таких тем в устной речи и в других регионах России – важная задача, успешное решение которой обеспечит развитие индустрии туризма и гостеприимства.

Говоря о специфике языковой картины мира жителей Приморского края, нельзя оставить без внимания и такую особенность региона, как близость моря. По этой причине неотъемлемым элементом повседневного языкового существования приморцев становятся диалоги у моря (например, [3]), а также рассказы об отдыхе на море. Основными маркерами подобных фрагментов дискурса служат: 1) официальные топонимы: *Мы в этот раз были в этом.../ бухта Витязь; А куда вы на море собрались? В Ольгу?* (пос. Ольга, расположенный на берегу одноимённой бухты); *Мы отдыхали в Славянке* (пос. Славянка на берегу одноимённой бухты); 2) неофициальные топонимы: *Мы этим летом уже несколько раз ездили на Шамору купаться* (прежнее название бухты Лазурной); *Мы ездили на Тавайзу* (бухта Муравьиная); 3) оценочные конструкции (как с положительным, так и с отрицательным значением): *Бухта Витязь.../ я тебе говорю/ там вообще/ Таиланд/ море голубое/ прозрачное/ вообще// И песок белый-белый; В том году вода вообще на севере была как парное молоко; Вода же грязная/ как тут люди купаются?*

Выше уже говорилось о пользе и вреде неофициальных топонимов, которые вообще весьма характерны для разных регионов России [1, 2, 17]. В данном случае отметим, что упоминания об отдыхе на море как фрагменты дискурса должны сыграть большую роль в продвижении Приморья как тури-

стской дестинации. Связано это с особенностями матрицы предпочтений отечественных туристов: последние отдают предпочтение именно рекреации на морском побережье. В общественном сознании именно возможность отдыха на море выступает важнейшим аттрактором, мотивирующим туристскую активность.

Наконец, уникальность языкового существования жителей Приморья предопределяется и соседством с Китаем. В первую очередь, приграничное положение края проявляется в использовании его жителями так называемой "регионально окрашенной лексики", то есть лексики, использующейся на определённой территории, но не фиксирующейся в словарях в силу того, что она не принадлежит к общерусской [10]. Следуя идеям Е. А. Оглезневой [10], к регионально окрашенной считаем возможным отнести: 1) лексику, возникшую из китайского языка, и собственно русские образования от неё: *куня* – обращение к девушке или молодой женщине китайской национальности на рынке или в сфере услуг; *фанза* – небольшой крестьянский дом в Китае и Корее; *чифанька* – кафе китайской кухни; *чифанить* – есть китайскую еду; *Сунька* – приграничный город Суйфэньхэ; *Хунька*, *Чунька* – город Хуньчунь; 2) лексику, возникшую в результате словообразования: *китайка* – кафе китайской кухни; *помогайка* – российский турист, помогающий китайским предпринимателям вывозить из страны товар без уплаты пошлины. Например: *В тайге у нас была такая времяночка/ фанзочка; Она в Суньку чуть ли не каждую неделю помогайкой ездит; В Чуньке уже русифицированная еда/ а там ещё такое всё/ китайское; Давайте в китайку ходим/ давно не ходили*. Названная лексика активно используется в особом типе дискурса, характерном для языкового существования дальневосточников – в рассказах о поездках в Китай (например, [3]). Регионально окрашенная лексика, с которой турист "сталкивается" при посещении Приморья, может способствовать, во-первых, приобретению последним своеобразного колорита, а, во-вторых, придавать ему международное значение (именно в глазах туристов). И первое, и второе стимулируют туризм, хотя сила действия этих факторов зависит от оценочного восприятия туристами граничащих с конкретным регионом стран. Слово *помогайка* является примером лексической единицы "языка туризма" (в данном случае речь идёт о специфической форме делового туризма).

Отметим ещё одну особенность устной речи жителей Приморья, связанную с его приграничным положением, а именно использование старых (китайских) названий географических объектов в Приморском крае, которые были изменены в 1972 г. после событий на о. Даманском. Всего было переименовано свыше 400 объектов: *Иман* – г. Дальнереченск, *Китай-город* – с. Междуречье, *Лунза* – с. Грибное, *Телянза* – с. Тихоречное, *Манзовка* – с. Сибирцево, *Себучар* – с. Кольцевое, *Даубихе* – р. Арсеньевка, *Лефу* – р. Илистая и мн. др. Обычно старые названия используются представителями старшего поколения (*Я в Себучаре жила у сестры/ у Лизы; Жена/ жила в Новокачаловке/ а уже со мной вот переехала сюда/ в Иман; Они жили в Лунзе/ это щас/ Грибное*), однако знакомы они и многим молодым жителям Приморья (*У нас даже магазин есть "Манзовский хлеб"/ сибирцевский// Это раньше была Манзовка; Арсеньев раньше назывался Семёновка/ а река Даубихе/ бабушка говорила*). Использование устаревших топонимов, с одной стороны, делает туристический образ региона более привлекательным, но, с другой, – дезориентирует его посетителей.

Заключение

Предпринятый анализ возможных связей региональных лингвокультурных особенностей с развитием индустрии туризма и гостеприимства позволяет сделать два общих вывода:

1) значение лингвокультурных особенностей регионов для сферы туризма двояко: появление специфической лексики – т.н. "языка туризма", и наличие особых ресурсов и факторов развития туризма;

2) лингвокультурные особенности усиливают привлекательность регионов, дают возможность для оптимизации их туристических образов, однако в некоторых случаях дезориентируют посетителей.

Кроме того, представленная в работе интерпретация изучения устной речи приморцев в контексте туризма обращает внимание на необходимость такого рода исследований и в других регионах России. Это позволит выявить ряд ранее неизвестных или малоизвестных и практически не использовавшихся ресурсов и факторов развития внутреннего туризма.

Литература

1. Ахметова М.В. Неофициальная топонимия Российского Севера (Карелия и Ленинградская область) в электронных источниках // Учёные записки Петрозаводского государственного университета. Серия: Общественные и гуманитарные науки. 2013. № 3. С. 54–59.
2. Бутеев Д.В. Отражение в неофициальной топонимике мирозерцаия смоленского этноса // Социально-психологические проблемы ментальности / менталитета. 2014. № 11. С. 52–58.
3. Гунько Ю.А., Лыс О.В., Петрова Т.И., Цесарская А.Е. Живая речь дальневосточников. Владивосток: ДвФУ, 2013. 142 с.
4. Ерофеева Е.В. Произносительные особенности региолекта (на материале пермского произношения) // Филологические заметки. Вып. 3. Ч. 2. Пермь: Люблина, 2005. С. 135–141.
5. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Речь москвичей: коммуникативно-культурологический аспект. М.: Научный мир, 2005. 493 с.
6. Кормази́на О.П. Жанр воспоминания в живой речи Приморцев: к вопросу о возможности варьирования // Слово: Фольклорно-диалектологический альманах. 2014. № 11. С. 156–162.
7. Кормази́на О.П. Тематика рассказов сельских жителей Приморья (на материале села Верхний Перевал // Язык – пространство. Язык – культура. Язык – сознание. Владивосток: ДвФУ, 2016. С. 284–89.
8. Красильникова Е.В. Язык города как лингвистическая проблема // Живая речь уральского города. Свердловск: УрГУ, 1988. С. 5–18.
9. Красильникова Е.В. О различительных явлениях в языке жителей разных городов // Функционирование литературного языка в уральском городе. Свердловск, 1990. С. 4–12.
10. Оглезнева Е.А. Дальневосточный региолект русского языка как региональный вариант русского национального языка // Слово: Фольклорно-диалектологический альманах. Вып. 10. Благовещенск: АмГУ, 2013. С. 27–37.
11. Паникарская Н.И., Стаценко А.А., Рубан Д.А. Туристический образ региона в сетевом пространстве: проблема качества информации // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2015. № 1. С. 80–92.
12. Петрова Т.И. Диалог в тайге как фрагмент языкового существования дальневосточников // Слово: Фольклорно-диалектологический альманах. Вып 11. Благовещенск: АмГУ, 2014. С. 162–169.
13. Резвухина Ю.А. Кольмская региональная лексика 20-х – начала 30-х годов XX века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 21 с.
14. Смотрова И.А., Рубан Д.А. Туристический образ Республики Адыгея в электронном пространстве и перспективы его оптимизации // Вестник БИСТ. 2015. № 4. С. 68–74.
15. Тюленева Н.А. Сравнительно-сопоставительный анализ метафорического моделирования в русской и англо-американской рекламе туризма // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. № 27. С. 80–82.
16. Фирсова А.В. Роль художественной литературы в моделировании географических образов (на примере Перми) // Географический вестник. 2015. № 4. С. 53–57.
17. Шарипова О.А. Некодифицированная лексика в топонимическом пространстве языка // Вестник МГОУ. Серия "Русская филология". 2012. № 3. С. 83–87.
18. Bruyel-Olmedo A., Juan-Garau M. Minority languages in the linguistic landscape of tourism: the case of Catalan in Mallorca // Journal of Multilingual and Multicultural Development. 2015. Vol. 36. Pp. 598–619.
19. Chiwanga F.E. Understanding the language of tourism: Tanzanian perspective // International Journal of Applied Linguistics. 2014. Vol. 24. Pp. 147–200.
20. Heller M., Pujolar J., Duchene A. Linguistic commodification in tourism // Journal of Sociolinguistics. 2014. Vol. 18. Pp. 539–566.
21. Kelly-Holmes H., Pietikainen S. Language: A Challenging Resource in a Museum of Sami Culture // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2016. Vol. 16. Pp. 24–41.

22. Kirillova K., Fu X., Lehto X., Cai L. What makes a destination really beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment // *Tourism Management*. 2014. Vol. 42. P. 282–293.
23. Manca E. The analysis of meaning between language and culture in the tourism domain // *Languages in Contrast*. 2011. V. 11. Pp. 172–192.
24. Yan L., Lee M.Y. Tourist Perceptions of the Multi-Linguistic Landscape in Macau // *Journal of China Tourism Research*. 2014. Vol. 10. Pp. 432–447.

Транслитерация по ГОСТ 7.79-2000 Система Б

1. Akhmetova M.V. Neofitsial'naya toponimiya Rossijskogo Severa (Kareliya i Leningradskaya oblast') v ehlektronnykh istochnikakh // *Uchyonye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Obshhestvennye i gumanitarnye nauki*. 2013. № 3. S. 54–59.
2. Buteev D.V. Otrazhenie v neofitsial'noj toponimike mirosozertsaiya smolenskogo ehtnosa // *Sotsial'no-psikhologicheskie problemy mental'nosti /mentaliteta*. 2014. № 11. S. 52–58.
3. Gun'ko YU.A., Lys O.V., Petrova T.I., TSesarskaya A.E. ZHivaya rech' dal'nevostochnikov. Vladivostok: DvFU, 2013. 142 s.
4. Erofeeva E.V. Proiznositel'nye osobennosti regiolekta (na materiale permskogo proiznosheniya) // *Filologicheskie zametki. Vyp. 3. CH. 2. Perm': Lyublyana*, 2005. S. 135–141.
5. Kitajgorodskaya M.V., Rozanova N.N. Rech' moskvichej: kommunikativno-kulturologicheskij aspekt. M.: Nauchnyj mir, 2005. 493 s.
6. Kormazina O.P. ZHAnr vospominaniya v zhivoj rechi Primortsev: k voprosu o vozmozhnosti var'irovaniya // *Slovo: Fol'klorno-dialektologicheskij al'manakh*. 2014. № 11. S. 156–162.
7. Kormazina O.P. Tematika rasskazov sel'skikh zhitelej Primor'ya (na materiale sela Verkhnij Pereval // *YAzyk – prostranstvo. YAzyk – kul'tura. YAzyk – soznanie. Vladivostok: DvFU*, 2016. S. 284–89.
8. Krasil'nikova E.V. YAzyk goroda kak lingvisticheskaya problema // *ZHivaya rech' ural'skogo goroda*. Sverdlovsk: UrGU, 1988. S. 5–18.
9. Krasil'nikova E.V. O razlichitel'nykh yavleniyakh v yazyke zhitelej raznykh gorodov // *Funktsionirovanie literaturnogo yazyka v ural'skom gorode. Sverdlovsk*, 1990. S. 4–12.
10. Oglezneva E.A. Dal'nevostochnyj regiolekt russkogo yazyka kak regional'nyj variant russkogo natsional'nogo yazyka // *Slovo: Fol'klorno-dialektologicheskij al'manakh. Vyp. 10. Blagoveshensk: AmGU*, 2013. S. 27–37.
11. Panikarskaya N.I., Statsenko A.A., Ruban D.A. Turisticheskij obraz regiona v setevom prostranstve: problema kachestva informatsii // *Ojkumena. Regionovedcheskie issledovaniya*. 2015. № 1. S. 80–92.
12. Petrova T.I. Dialog v tajge kak fragment yazykovogo sushhestvovaniya dal'nevostochnikov // *Slovo: Fol'klorno-dialektologicheskij al'manakh. Vyp 11. Blagoveshensk: AmGU*, 2014. S. 162–169.
13. Rezvukhina YU.A. Kolymskaya regional'naya leksika 20-kh – nachala 30-kh godov XX veka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2014. 21 s.
14. Smotrova I.A., Ruban D.A. Turisticheskij obraz Respubliki Adygeya v ehlektronnom prostranstve i perspektivy ego optimizatsii // *Vestnik BIST*. 2015. № 4. S. 68–74.
15. Tyuleneva N.A. Sravnitel'no-sopostavitel'nyj analiz metaforricheskogol modelirovaniya v russkoj i anglo-amerikanskoj reklame turizma // *Izvestiya Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena*. 2007. № 27. S. 80–82.
16. Firsova A.V. Rol' khudozhestvennoj literatury v modelirovanii geograficheskikh obrazov (na primere Permi) // *Geograficheskij vestnik*. 2015. № 4. S. 53–57.
17. SHaripova O.A. Nekodifitsirovannaya leksika v toponimicheskom prostranstve yazyka // *Vestnik MGOU. Seriya "Russkaya filologiya"*. 2012. № 3. S. 83–87.
18. Bruyel-Olmedo A., Juan-Garau M. Minority languages in the linguistic landscape of tourism: the case of Catalan in Mallorca // *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 2015. Vol. 36. Pp. 598–619.
19. Chiwanga F.E. Understanding the language of tourism: Tanzanian perspective // *International Journal of Applied Linguistics*. 2014. Vol. 24. Pp. 147–200.
20. Heller M., Pujolar J., Duchene A. Linguistic commodification in tourism // *Journal of Sociolinguistics*. 2014. Vol. 18. Pp. 539–566.
21. Kelly-Holmes H., Pietikainen S. Language: A Challenging Resource in a Museum of Sami Culture // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2016. Vol. 16. Pp. 24–41.

22. Kirillova K., Fu X., Lehto X., Cai L. What makes a destination really beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment // *Tourism Management*. 2014. Vol. 42. P. 282–293.
23. Manca E. The analysis of meaning between language and culture in the tourism domain // *Languages in Contrast*. 2011. V. 11. Pp. 172–192.
24. Yan L., Lee M.Y. Tourist Perceptions of the Multi-Linguistic Landscape in Macau // *Journal of China Tourism Research*. 2014. Vol. 10. Pp. 432–447.

Кормазина О.П., Рубан Д.А. Лингвокультурные особенности регионов в контексте развития туризма (на примере Приморского края).

Существует региональная специфика "языка туризма". Лингвокультурные особенности выступают в качестве ресурса и фактора развития туризма на отдельных территориях. В некоторых случаях этот фактор оказывает негативное действие, дезориентируя посетителей. Результаты изучения устной речи жителей Приморского края показывают, что частое возникновение в рассказах местного населения тем, подчёркивающих специфику региона, способствует большей удовлетворённости туристов и облегчает создание и продвижение территориальных образов. Выявлена также лексическая единица, отражающая региональные особенности "языка туризма".

Ключевые слова: *лексическая единица, Приморье, региональная лингвистика, топоним, туризм*

Kormazina O.P., Ruban D.A. Linguocultural aspect of regions in the context of tourism development (by example of the Primorye Region).

The "language of tourism" can be regionally specific. Linguocultural peculiarities are considered as a resource and factor of tourism development on the given territory. In some cases, these peculiarities disorient visitors, i.e., the noted factor acts negatively. The results of the study of the oral speaking in the Primorye Region show that the often appearance of the topics stressing the regional peculiarities in narratives of the local people increases satisfaction of tourists and simplifies creation and promotion of territorial image. A lexical unit that reflects the regional peculiarities of the "tourism language" is also found.

Key words: *lexical unit, Primorye, regional linguistics, toponym, tourism*

Для цитирования: Кормазина О.П., Рубан Д.А. Лингвокультурные особенности регионов в контексте развития туризма (на примере Приморского края) // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2018. № 1. С. 136–144. DOI: 10.24866/1998-6785/2018-1/136-144

For citation: Kormazina O.P., Ruban D.A. Linguocultural aspect of regions in the context of tourism development (by example of the Primorye Region) // *Ojkumena. Regional researches*. 2018. № 1. P. 136–144. DOI: 10.24866/1998-6785/2018-1/136-144

