

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ КИТАЯ НА БЕЛОРУССКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОРТАЛАХ (на примере 34travel.me)

Сун Цзямэй¹⁾, А. И. Соловьев²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
songjiamei2016@gmail.com,

²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
elan2@tut.by

Туристический имидж страны является важной составляющей частью странового имиджа. Сайты и порталы о туризме представляются одним из источников информации для туристов и оказывают определенное влияние на процесс формирования туристического имиджа конкретной территории. В статье рассматривается репрезентация туристического имиджа Китая на белорусском туристическом сайте 34travel.me.

Ключевые слова: туристический имидж Китая; туристический сайт 34travel.me; жанрово-тематический анализ контента сайта о туризме.

THE TOURIST IMAGE OF CHINA ON BELARUSIAN TOURIST PORTALS: THE CASE OF 34TRAVEL.ME

^aBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Song Jiamei (songjiamei2016@gmail.com),

^bBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. I. Solovyov (elan2@tut.by)

A tourist image is an integral part of a country image. Sites and portals about tourism have a certain impact on the process of forming a tourist image area. The article provides a representation of the tourist image of China on the Belarusian travel site 34travel.me.

Key words: tourist image of China; travel site 34travel.me; genre and thematic analysis of the site's content about tourism.

Сегодня основным источником информации для туристов стали туристические сайты и порталы, которые предлагают солидный массив необходимых для путешественника сведений: описания стран, поиска туров и турфирм, бронирования гостиниц, авиабилетов, оформления виз, консультаций с туроператорами и др. В этой связи целесообразно провести анализ того, какая именно информация способствует формированию туристического имиджа страны. Поскольку китайско-белорусское сотрудничество в сфере туризма находится на начальном этапе развития, представляется актуальным изучение сложившегося туристического имиджа Китая на специализированных белорусских сайтах и порталах о туризме. Цель исследования – проанализировать текущее состояние информационного наполнения белорусского сайта о туризме 34travel.me, способного оказывать влияние на процесс формирования туристического имиджа (на примере Китая), что, в свою очередь, может в дальнейшем послужить содействием оптимизации данного процесса и выработке наиболее оптимальной стратегии целенаправленного продвижения заинтересованными лицами.

В исследовании проведен жанрово-тематический анализ 72 материалов о Китае в качестве туристической дестинации за период с 2016 по 2019 год на сайте 34travel.me. Данный медийный ресурс является популярным белорусским интернет-журналом о путешествиях, ориентированным на современных туристов, готовых экспериментировать в выборе новых и не самых популярных маршрутов. Для проведения исследования мы изначально разделяем материалы, которые связаны с туристическим дискурсом, по четырем основным темам – «Экономика индустрии туризма», «Туристические ресурсы», «Туристические услуги», «Социальная и окружающая среда».

Материалы на сайте 34travel.me отличаются многообразием жанров, форм текстовой и графической информации и широтой охватываемых тем. Кроме информационной заметки, материалы на сайте 34 travel.me, в основном представлены в жанрах рейтинга, тревелога и путеводителя.

Китай часто встречается в списках разнотематических рейтингов, в том числе таких, например: «*Названы 25 лучших тематических парков в мире*» [1], «*Названы 16 архитектурных шедевров мира*» [2], «*Названы самые посещаемые страны мира*» [3], «*10 классных музеев, которые откроются в 2019 году*» [4], «*Названы самые живописные трассы для путешествий*» [5], «*Появился топ-20 мест для путешествий в 2020 году*» [6], «*34 лучшие достопримечательности 2018 года*» [7].

Травелог и путеводитель – основные жанры в туристическом журнале. Между ними имеется очевидное различие. В жанре травелога всегда присутствует герой-рассказчик, который предлагает свою субъективную оценку, чередование описания и повествования. А в жанре путеводителя повествование полностью обезличено, субъективная оценка не выражена.

На сайте 34 travel.me было обнаружено 7 путеводителей – «*Видеть больше: Лучшие музеи Китая*» [8], «*Оплачиваем проезд: как лучше перемещаться в Китае*» [9], «*34 лайфхака для путешествия по Китаю*» [10], «*Китай: памятка для лаовая*» [11], «*Гонконг*» [12], «*Шанхай*» [13], «*Китайская кухня: подробный гайд*» [14], 7 травелогов – «*Едем в Китай*» [15], «*Едем на Хайнань*» [16], «*Едем на юг Китая*» [17], «*Тайвань – что это такое?*» [18], «*Китай от Влады Урбанович*» [19], «*Опыты. Как встречают Новый год в Китае?*» [20], «*Великий китайский шок*» [21]. Отметим, что содержание как травелога, так и путеводителя обычно состоит из несколько подзаголовков – «почему?», «как добраться?», «визы», «еда», «городской транспорт», «жилье», кафе/рестораны», «перекус», «шопинг», «культурная программа», «достопримечательности», «лайфхаки», «бюджет». Авторы делятся своими впечатлениями о поездке в определенный город или регион Китая и знакомят читателей с особенностями китайской кухни, видами транспорта, способом оплаты, чертами города, культурными традициями, менталитетом китайцев, их обычаями и привычками, местами развлечения, достопримечательностями, необходимыми мобильными приложениями для путешественников.

Для авторов Китай разнообразен и многолик во всех отношениях, является «другим миром». Это выражение можно найти в материале «*Великий китайский шок*»: «Невозможно описать такой большой и такой разный Китай одним словом. Даже отдельную провинцию или город не охарактеризуешь одним прилагательным. Китай – страна пугающих противоречий. Безумные расстояния, незнакомая и часто непонятная еда, отсутствие привычных способов гигиены могут надолго оттолкнуть неопытного путешественника от попытки исследовать эти края, населенные в общем-то добрыми и приветливыми людьми» [21]. Сходное описание также обнаружено в публикации «*Едем в Китай*»: «Выходишь из железнодорожного вокзала и сразу ощущаешь: ты попал в другой мир. Повсюду исключительно иероглифы (без перевода на английский), язык тоже понимают единицы. Здесь все другое, начиная от марок авто и заканчивая соцсетями, которые там вообще не работают» [15].

Кухня – еще одна важнейшая тема материалов, которая призвана продемонстрировать своеобразие Китая. В качестве примера можно привести травелог «*Китайская кухня: подробный гайд*», где автор подобно знакоми́т читателей с ее разнообразием, особенностями кухни отдельных регионов Китая, используя следующие описания: «Китай состоит из 23 провинций со своей историей и проживающими там национальностями, поэтому блюда везде разные. Особенности готовки и ингредиенты могут варьироваться даже в пределах одного города», «Шаньдунская кухня известна разнообразными кулинарными приемами – от маринования до жарки на сильном огне», «К тяжелым и острым блюдам провинции Сычуань долго придется привыкать. Зато после такого знакомства даже утопающий в красном перце харчо будет казаться пресным», «По сравнению со всем остальным Китаем, в Цзянсу используют мало специй. Все внимание уделяется вкусу и аромату исходного продукта». Автор выражает удивление по поводу кипятка: «Удивительно, но самый популярный напиток в Китае – простая горячая вода. Кипяток для китайца – и напиток, и лекарство, способ согреться зимой и охладиться летом. Горячую воду бесплатно подают перед едой в ресторанах для улучшения аппетита, а доктора советуют пить ее ежедневно – чем больше, тем лучше» [14]. Туристические порталы предлагают более подробную необходимую информацию по обслуживанию туристов – от природных, культурно-исторических ресурсов до инфраструктуры и услуг.

В целом на сайте 34travel.me представляется положительный, многоплановый, привлекательный туристический имидж Китая. Данный медийный ресурс предлагает детальные и разноплановые полезные сведения для потенциальных туристов, при этом большинство материалов о Китае сосредоточено на двух тематиках: «Туристические ресурсы» и «Туристические услуги». По содержательности материалы на сайте 34travel.me сочетают как информационно-аналитических описания, так и публикации с выраженным личным восприятием автора о поездке.

Библиографические ссылки

1. Названы 25 лучших тематических парков в мире // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/nazvany-25-luchshikh-tematicheskikh-parkov-v-mire> (дата обращения: 18.02.2020).
2. Названы 16 архитектурных шедевров мира // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/nazvany-16-arkhitekturnykh-shedevrov-mira> (дата обращения: 18.02.2020).
3. Названы самые посещаемые страны мира // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/top-visited-countries> (дата обращения: 18.02.2020).

4. 10 классных музеев, которые откроются в 2019 году // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/10-muzeev-2019> (дата обращения: 18.02.2020).
5. Названы самые живописные трассы для путешествий // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/zhivopisnye-trassy> (дата обращения: 18.02.2020).
6. Появился топ-20 мест для путешествий в 2020 году // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/top-20-mest-dlya-puteshestviy-v-2020> (дата обращения: 18.02.2020).
7. 34 лучшие достопримечательности 2018 года // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/best-2018> (дата обращения: 18.02.2020).
8. Видеть больше: Лучшие музеи Китая // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/museums-china> (дата обращения: 18.02.2020).
9. Оплачиваем проезд: как лучше перемещаться в Китае // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/transport-china> (дата обращения: 18.02.2020).
10. 34 лайфхака для путешествия по Китаю // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/china-lifhacks> (дата обращения: 18.02.2020).
11. Китай: памятка для лаовая // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/kitajj-pamyatka-dlya-laovaya> (дата обращения: 18.02.2020).
12. Гонконг // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/hongkong> (дата обращения: 18.02.2020).
13. Шанхай // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/shankhajj> (дата обращения: 18.02.2020).
14. Китайская кухня: подробный гайд // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/chinese-food> (дата обращения: 18.02.2020).
15. Едем в Китай // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/edem-v-kitaj> (дата обращения: 18.02.2020).
16. Едем на Хайнань // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/hainan> (дата обращения: 18.02.2020).
17. Едем на юг Китая / 34travel.me [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://34travel.me/post/edem-china> (дата обращения: 18.02.2020).
18. Тайвань – что это такое? // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/tajjvan-hto-takoe> (дата обращения: 18.02.2020).
19. Китай от Влады Урбанович // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/kitajj-ot-vlady-urbanovich> (дата обращения: 18.02.2020).
20. Опыты. Как встречают Новый год в Китае? // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/new-year-china> (дата обращения: 18.02.2020).
21. Великий китайский шок // 34travel.me [Электронный ресурс]. URL: <https://34travel.me/post/velikij-kitajjskij-shok> (дата обращения: 18.02.2020).