

ЕЛФУТИНА И. С., ЕМЕЛЬЯНОВА Н. А.

ИЗУЧЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ ПОСРЕДСТВОМ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация. В статье раскрываются особенности продвижения туристского образа Республики Мордовия через региональные средства массовой информации. В качестве метода исследования авторами выбран контент-анализ, посредством которого выявляется роль отдельных региональных печатных СМИ в продвижении туристского образа республики.

Ключевые слова: туризм, туристский образ, контент-анализ, средства массовой информации, регион, Республика Мордовия, газетная статья.

ELPHUTINA I. S. EMELYANOVA N. A.

A STUDY OF THE TOURIST IMAGE OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA THROUGH CONTENT ANALYSIS OF THE REGIONAL MASS MEDIA

Abstract. The article shows the features of promotion of tourist image of the Republic of Mordovia through the regional mass media. The authors use content analysis as a research method to study the role of individual regional print media in the promotion of the tourist image of the Republic.

Keywords: tourism, tourist image, content analysis, mass media, region, Republic of Mordovia, newspaper article.

В последние годы туризм становится одним из приоритетных направлений региональной политики России. Для таких субъектов нашей страны как Республика Мордовия, не обладающих значительными запасами природных ресурсов, составляющих основу социально-экономического потенциала, именно туризм может способствовать региональному развитию.

Мордовии довольно сложно конкурировать с такими регионами, которые имеют значительное культурно-историческое наследие или уникальные природные туристские ресурсы. Тем не менее, имеющиеся возможности для развития туризма, благодаря профессиональной рекламной компании и созданию качественной туристской инфраструктуры, способствующие формированию положительного туристского образа, позволят привлечь туристов в республику.

Важную роль в формировании и продвижении туристского образа играют и средства массовой информации (СМИ). Основываясь на сообщениях, полученных посредством различных СМИ, общественность формирует свое мнение о туристских возможностях региона, поэтому в процессе формирования образа Республики Мордовия очень важно, какая информация попадает в СМИ и как ее воспринимают потенциальные туристы.

Одним из способов выявить, как раскрывается туристский образ республики в СМИ, является контент-анализ [2]. Он позволяет изучить и систематизировать большой массив текстовых материалов, посвященных туристской тематике, и определить какой вклад те или иные средства массовой информации вносят в формирование туристского образа Мордовии.

Опыт проведения подобного анализа в республике существует, поэтому наша задача – проследить, как в печатных изданиях изменилось представление о туристском образе региона по сравнению с предыдущим периодом исследования (анализировались печатные издания «Известия Мордовии» и «Вечерний Саранск» за 2011 – 2012 гг.) [4].

Для своего контент-анализа мы выбрали три республиканских печатных издания – «Известия Мордовии», «Вечерний Саранск» (периодом за 2013 г.) и «Столица С» (за 2011 – 2013 гг.). У этих изданий самое большое число читателей среди населения Мордовии, именно поэтому через эти газеты можно оказывать существенное влияния на формирование туристского образа региона.

Нами было отобрано 16 статей по туристской тематике и определено несколько позиций для контент-анализа:

- информация о туристском образе Республики Мордовия (в целом);
- информация о факторах, которые сдерживают развитие туризма в республике;
- информация о мероприятиях, направленных на развитие перспективных туристских направлений в регионе;
- информация о планах развития туризма в Республике Мордовия в будущем.

На основе проведенного исследования выделенных позиций для анализа статей печатных изданий, была составлена диаграмма (рис. 1).

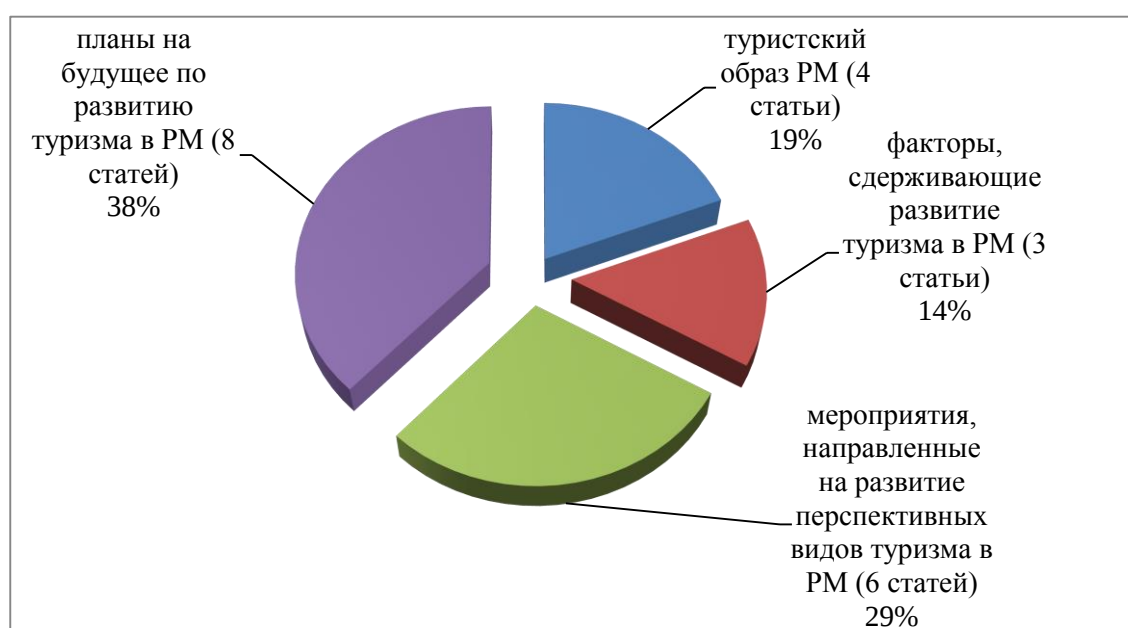


Рис. 1 – Позиции для анализа статей в печатных изданиях Республики Мордовии

Получив результаты контент-анализа, нами был сделан вывод о том, что количество статей, посвященных нашей тематике, по сравнению с прошлым анализируемым периодом уменьшилось, но расширились планы, направленные на повышение туристского имиджа республики.

Анализ позволил выяснить, что информации о туристском образе нашего региона печатается не достаточно («Вечерний Саранск» – 1 статья, «Известия Мордовии» – 3 статьи). В целом отмечается, что у Республики Мордовия есть потенциал, для того чтобы активно развивать туризм. Некоторые иностранные партнеры, приезжая в республику с деловыми визитами отмечают данный факт и готовы вложить собственные средства в развитие туризма, так как видят в этом перспективы [1].

Отдельные статьи указывают на то, что в республике существуют ресурсы, способствующие привлечению туристов (имеются объекты религиозного, этнического, экскурсионного туризма), и факторы, сдерживающие его развитие («Известия Мордовии» – 2 статьи, «Столица С» – 1 статья). К таким факторам относятся: отсутствие качественной туристской инфраструктуры, нехватка специалистов, невысокий уровень гостиничного сервиса и общественного питания, неразвитость внутреннего и въездного туризма, недостаточное позиционирование национальной мордовской кухни и этнической специфики региона в целом, незначительное производство сувенирной продукции.

Некоторые статьи освещают мероприятия, которые направлены на повышение туристской привлекательности Республики Мордовия («Вечерний Саранск» – 2 статьи, «Известия Мордовии» – 3 статьи, «Столица С» – 1 статья). Есть информация о праздновании «1000-летие единения мордовского народа с народами Российского государства», о первой международной научно-практической конференции «Финно-угорское пространство в туристском измерении», о проекте туристского маршрута «Красная линия», о конкурсе творческих работ ОАО «Ростелеком» (основная цель конкурса – поиск новых направлений для туризма и отдыха).

В отдельных статьях раскрываются вопросы о перспективных видах развития туризма в республике («Вечерний Саранск» – 2 статьи, «Известия Мордовии» – 5 статей, «Столица С» – 1 статья). Например, этнический, паломнический, экологический, событийный и спортивный туризм (рис. 2).

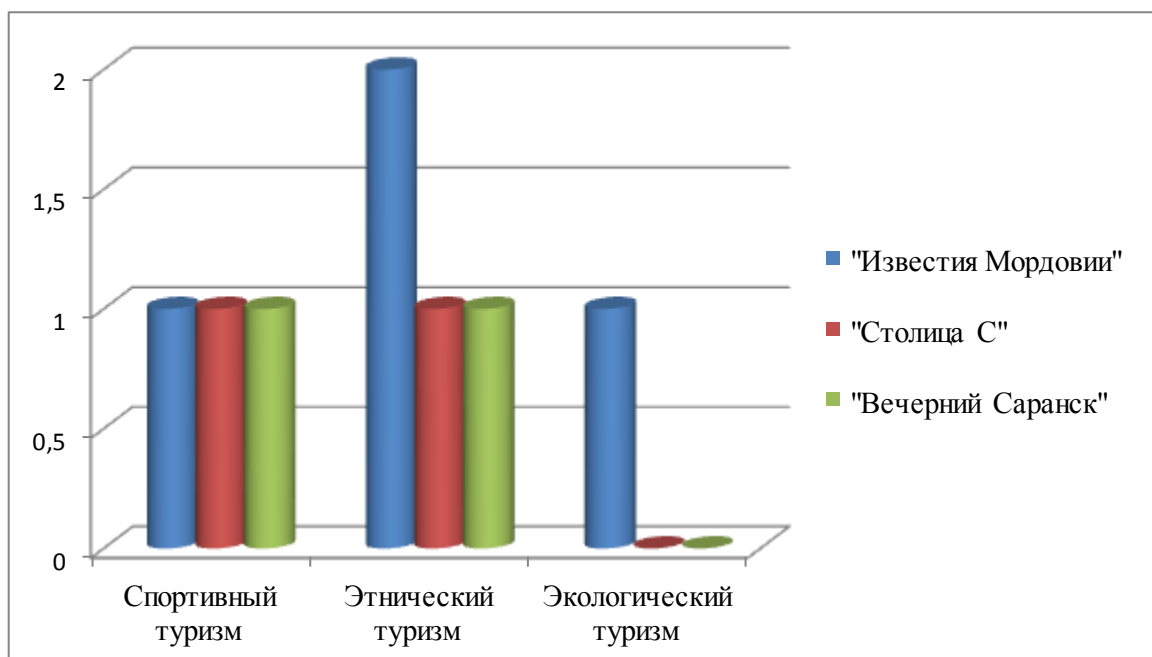


Рис. 2 – Количество статей о перспективных видах туризма в Республике Мордовия

В этих статьях отмечаются не только ресурсы, благодаря которым возможно развивать определенные виды туризма, но и проблемы, которые мешают это сделать, а также пути их решения, через реализацию различных туристских проектов. Особое место отводится развитию спортивного туризма, в связи с подготовкой к проведению матчей Чемпионата мира по футболу в 2018 г. [3].

Необходимо отметить тот факт, что по сравнению с предыдущим исследованием, где отмечалась малая освещенность перспектив создания положительного образа республики, результаты нашего исследования показали, что в данном вопросе появилась положительная динамика. Практически в каждой статье, так или иначе, упоминалось о мероприятиях, которые направлены на повышение привлекательности республики как туристского региона («Вечерний Саранск» – 2 статьи, «Известия Мордовии» – 3 статьи, «Столица С» – 1 статья). Указывается на развитие внутреннего и въездного туризма, необходимость создания развитого туристского кластера, подготовку специалистов, развитие туристской инфраструктуры, народных художественных промыслов и пр.

Проведенный контент-анализ показал, что в региональной прессе печатается недостаточно статей, способствующих формированию туристского образа Республики Мордовия. Печатный материал по-прежнему носит эпизодический характер, и в основном отражает прошедшие или планирующиеся мероприятия, связанные с туристской тематикой. В газетах отсутствуют рубрики, которые, к примеру, рассказывают о туристских объектах

республики, о мнении жителей и гостей нашего региона об этих объектах, достижениях в области туризма и т. п.

В связи с необходимостью развития туризма, средствам массовой информации следует выработать определенную стратегию, которая позволит изменить отношение СМИ к сфере туризма и печатать больше статей, направленных на формирование положительного туристского образа Мордовии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глава Мордовии встретился с послом Польши // Столица С. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stolica-s.su/index.php?option=com_content&task=view&id=25967&Itemid=126
2. Добреньков В. И. Методы социологического исследования: учеб. пособие / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – М.: Инфра-М, 2004. – 568 с.
3. Мордовия станет «пилотным» регионом по развитию спортивного туризма // Известия Мордовии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izvmor.ru/news/view/16090>
4. Чугунова О. А. Формирование туристского образа Республики Мордовия в региональных средствах массовой информации // Природно-социально производственные системы регионов компактного проживания финно-угорских народов: межвуз. сб. науч. трудов. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2012. – С. 85.