

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2018, №6, Том 10 / 2018, No 6, Vol 10 <https://esj.today/issue-6-2018.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/35ECVN618.pdf>

Статья поступила в редакцию 12.11.2018; опубликована 08.01.2019

Ссылка для цитирования этой статьи:

Тарасова Ю.А., Полянскова Н.В., Борисова Е.А., Ясеницкий И.А. Концепция интерактивного атласа туристских маршрутов малых городов и сел Самарской области // Вестник Евразийской науки, 2018 №6, <https://esj.today/PDF/35ECVN618.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Tarasova Yu.A., Polyanskova N.V., Borisova Ye.A., Yasenickiy I.A. (2018). The interactive atlas as the resource of information support of tourist and recreational activity in the region. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 6(10). Available at: <https://esj.today/PDF/35ECVN618.pdf> (in Russian)

УДК 338.48

ГРНТИ 06.61.33

Тарасова Юлия Анатольевна

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Филиал в г. Сызрань, Россия
Доцент кафедры «Социально-экономических дисциплин»
Кандидат исторических наук, магистр юриспруденции
E-mail: sangria80@yandex.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=359302

Полянскова Наталья Владимовна

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», Россия, Самара
Доцент кафедры «Региональной экономики и управления»
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: n_econ@sseu.ru

Борисова Елена Анатольевна

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Филиал в г. Сызрань, Россия
Старший преподаватель кафедры «Социально-экономических дисциплин»
E-mail: elan_51@mail.ru

Ясеницкий Игорь Андреевич

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Филиал в г. Сызрань, Россия
Доцент кафедры «Социально-экономических дисциплин»
Кандидат социологических наук
E-mail: kafedra203_matem@mail.ru

Концепция интерактивного атласа туристских маршрутов малых городов и сел Самарской области

Аннотация. В данной работе авторы анализируют российский и мировой опыт создания информационных туристских продуктов. Отмечаются многочисленные преимущества использования информационной среды Интернет для размещения путеводителей и атласов, организации широкого оповещения общественности о туристских ресурсах местности.

Наибольшее внимание авторы уделяют освещению малоизвестных достопримечательностей и маршрутов малых городов и сел Самарской области. Отмечается

богатый природно-ландшафтный и культурно-исторических потенциал муниципальных образований региона. Делается вывод о слабом отражении данного потенциала в представленных в сети Интернет-ресурсах. Резюмируется необходимость создания интерактивного атласа туристских маршрутов малых городов и сел Самарской области. Ставится вопрос использования лучших практик создания подобных ресурсов.

В работе анализируются существующие в России путеводители и атласы туристских маршрутов. В качестве наиболее привлекательных характеристик, авторы выделяют доступность информации, наличие обратной связи, постоянную актуализацию информации, в том числе географических карт, наличие обратной связи с разработчиками и возможность выстроить свой туристский маршрут.

Авторы описывают первый этап создания контента атласа, основным содержанием которого являлось проведение областного конкурса на лучший туристский маршрут муниципальных образований Самарской области. Привлечение практиков и широкое освещение в прессе способствовали созданию аудитории планируемого ресурса и выявлению реально существующих, но малоизвестных туристских маршрутов и достопримечательностей губернии. Авторы делают вывод о необходимости сохранения в структуре атласа всех характеристик, которые свойственны современным информационным туристским ресурсам, созданным в концепции сопровождения туристской деятельности.

Ключевые слова: информационный ресурс; информационное сопровождение; внутренний туризм; электронный атлас; туристский маршрут; малые города и села Самарской области; Приволжский федеральный округ

Введение

Внутренний и въездной туризм рассматривается руководством страны «как источник финансовых доходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, средство повышения занятости и качества жизни населения, способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды и воспитания патриотизма, а также мощный инструмент просвещения и формирования нравственной платформы развития гражданского общества»¹. Признание роли внутреннего туризма в экономическом и социальном развитии страны произошло достаточно давно, однако, именно в последнее время внутренние направления получили конкурентные преимущества и стали привлекать внимание все большего количества россиян. Наряду с достопримечательностями традиционных центров туристического притяжения – столицы и Санкт-Петербурга, оживился местный краеведческий региональный туризм.

Регион для целей данного исследования рассматривается в традиционной трактовке, которую предложил А.П. Клемешев: «Регион – территория в административных границах Российской Федерации, характеризующаяся следующими основополагающими чертами: комплексностью, целостностью, специализацией и управляемостью, т. е. наличием политико-административных органов управления» [1, с. 18].

Необходимо отметить, что кроме объективной стороны явления, регион характеризуется субъективной стороной, отражающей восприятие данного образования его жителями. Это субъективное восприятие можно определить как «чувство места». На основе сочетания физических и социальных характеристик региона, его истории формируются психологические

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. N 941-р г. Москва «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – <https://rg.ru/2014/06/09/turizm-site-dok.html> (дата обращения 12.05.2017).

узы, определяющие идентичность населения конкретной территории. Концепция чувства места предполагает, что люди, населяющие регион, пережили определенный коллективный опыт, на основе которого формируются общие устремления, интересы, цели и ценности. По мнению Ф Броделя, впервые включившего рассмотрение психологической составляющей в трактовку региона, последний является аналогом особого «мира» с присущим только ему менталитетом, образом мышления, традициями, мировоззрением и мироощущением [1, с. 12].

Таким образом, развитие внутреннего туризма представляется одним из определяющих факторов не только устойчивого развития территории, но и сохранения самобытности региона. Экогеографическое просвещение и популяризация краеведческих знаний о «малой Родине» необходимы для воспитания в подрастающем поколении чувства патриотизма и гражданственности, чувства принадлежности к истории края. В предлагаемом исследовании рассматривается один из аспектов развития внутреннего туризма – информационное обеспечение туристской деятельности региона в сети Интернет и разрабатывается структура атласа туристско-рекреационных ресурсов малых городов и сел Самарской области.

Постановка проблемы

Н.Н. Исмагилов подчеркивает, что основе региональной идентификации жителей лежит естественная потребность индивидов иметь свое пространство, определенный географический участок. Общность места жительства порождает в людях некие единые черты, отличающие их от соседей, и представления об этом служат основой для новой общности [2, с. 133]. Эту особенность демонстрируют и жители Самарской области, где сосуществуют крупнейшая агломерация и богатейшие природные и культурно-исторические ресурсы.

Несмотря на ярко выраженный индустриальный характер Самарской области, у региона имеются значительные ресурсы развития внутреннего туризма. Будучи лесостепным по характеру краем, Самарская область на севере покрыта хвойными и широколиственными лесами, а ее юг и восток занимают преимущественно степные районы. Крупнейшим горным массивом области и одновременно одним из красивейших мест России являются Жигулевские горы, расположенные непосредственно в излучине Самарской Луки. Помимо Волги – главной водной артерии региона, наиболее значительными реками являются Самара, Сок, Кинель, Большой Иргиз, Кондурча.

Здесь бережно сохраняются уголки живой природы, дикой флоры и фауны. Ключевую роль в этом играют заповедники и природные заказники, и в первую очередь, национальный парк «Самарская Лука», Жигулевский государственный заповедник им. И.И. Спрыгина, заповедник «Бузулукский бор». Отличительной особенностью региона является его многонациональный состав, сохранение в муниципальных образованиях малых городах и селах региона культурно-исторического наследия предков. В связи с этим, возрастает доля экологического и сельского туризма, внутреннего туризма по малым городам и селам Самарской области [3, с. 11].

В условиях бурного развития электронных средств коммуникации, интернет-пространство является на сегодняшний день преимущественным средством получения нужных сведений молодежью и людьми среднего возраста. Для того, чтобы выявить, насколько туристские ресурсы области отражены в сети Интернет нами был проведен мониторинг информационных порталов органов исполнительной власти и местного самоуправления области, занимающихся развитием туризма, спорта, молодежной политикой и культуры.

Самарская область разделена на 10 городских округов и 27 муниципальных районов. Все органы управления административно-территориальных единиц, представленные в сети, размещают на своих сайтах историческую справку о городе или районе, информацию о почетных гражданах, фотогалерею видов или событий, проходящих на данной территории.

Однако, систематическое описание туристского потенциала территории встречается только на сайтах городских округов. Форму размещения такой информации можно представить в виде таблицы.

Нужно сказать, что с целью популяризации туристско-рекреационных ресурсов в области был создан Туристский информационный центр. Предметом деятельности ГУ СО «ТИЦ» как раз является оказание информационно-справочных услуг, предоставление всем заинтересованным лицам информации об объектах туристской индустрии, туристских ресурсах в Самарской области, организация реализации областных (ведомственных) целевых программ, а также осуществление рекламной и маркетинговой деятельности. Основной целью деятельности ГУ СО «ТИЦ» является создание единой системы информационного обеспечения сферы туризма в Самарской области².

Рассмотрев информационные ресурсы, представленные на сайте Туристского информационного центра Самарской области в разделе «Что посетить», необходимо отметить, что из 53 достопримечательностей 33 ссылки представляют ресурсы Самары и Тольятти. Оставшиеся ссылки не в полной мере отражают разнообразие и уникальность культурно-исторического и природно-ландшафтного наследия региона. Значительно более интересная информация содержится в каталогах, размещенных на сайте Центра в формате PDF, в частности «Достопримечательности Самарской области», «Календарь туристических событий 2016». Однако, формат каталогов не позволил авторам снабдить события и достопримечательности достаточными пояснениями и фотографиями.

В 2013 году был создан и размещен в сети путеводитель по Самарскому региону (Самарская область. Справочник туриста). Информация о достопримечательностях области переведенная на 6 языков, снабжена значительной фотогалереей. Однако, обращает на себя внимание ограниченный объем представленных сведений, акцент на тех достопримечательностях и ресурсах, которые получили отражения на сайтах муниципалитетов.

Таким образом, экскурсионная и туристская деятельность в крупных городах области – Самаре и Тольятти, достаточно хорошо обеспечена информационными ресурсами. Однако, этого нельзя сказать о малых городах и селах губернии. В основном в интернет-среде представлены уже хорошо изученные, освоенные туристическими компаниями ресурсы и маршруты. Кроме того, в имеющихся интернет-ресурсах в незначительной степени представлены возникшие в последние годы (2014-2015) объекты сельского туризма. Возрастающую роль последнего направления отмечают руководители региона, в частности в настоящее время формируется единый электронный каталог ремесленников Самарской области³.

Таким образом, туристско-рекреационная деятельность в малых городах и селах Самарской области нуждается в информационном обеспечении, едином ресурсе, который объединил бы имеющиеся сведения и был бы интересен в первую очередь внутреннему потребителю. В этой связи, необходимо создание электронного атласа со свободным доступом в сети, предназначенного для изучения географии, экологии, истории малых городов и сёл, популяризации туристских маршрутов и природно-культурного наследия.

² Государственное бюджетное учреждение Самарской области «Туристский информационный центр» [Электронный ресурс]. – <http://dt.samregion.ru/about/podvedomst/> (дата обращения 06.06.2017).

³ Сельский туризм. Департамент туризма Самарской области [Электронный ресурс]. – <http://dt.samregion.ru/infrastructure/educational/> (дата обращения 06.06.2017).

Результаты и обсуждение

Е.М. Кориневская, описавшая опыт создания путеводителя по историко-культурному наследию города Барнаула отмечает основную черту путеводителя как справочного издания – его практическую направленность, краткость, но достоверность сведений о территории [4]. Как мы уже отмечали, путеводитель по Самарской области уже существует и отличается хорошим качеством. С целью сохранения этих достоинств и развития их в новом интернет-ресурсе, был сделан выбор в пользу атласа как формы представления информации. В отличие от путеводителя, атлас содержит подробные и постоянно обновляемые географические карты, возможно более полное описание существующих, освоенных и малоизвестных туристско-рекреационных маршрутов и достопримечательностей региона. Специфическими чертами современного атласа являются согласованность содержания, единообразие изображений и карт, сопровождение графической информации пояснительным текстом, содержащим географические, экономические или иные сведения о территории.

Специализированные, маршрутные рекреационно-туристические атласы (МРТА), по мнению А.В. Дубровского и Я.Г. Пошивайло, представляют справочно-описательную информацию в такой форме, которая снимает традиционное ограничение туристических массивов административным делением территории. картографическая основа создается не в границах территории субъекта РФ, а в пределах рекреационно-туристического массива с подробным описанием туристических маршрутов, которые могут проходить по территории нескольких регионов [5, с. 118].

Создание интерактивного атласа туристско-рекреационных маршрутов предполагает разработку нескольких продуктов: Бумажный картографический, электронный навигационный и геопортальный с различными геосервисами.

В настоящее время созданы серверы, представляющих услуги для туристов и бизнес-путешественников, являющиеся частью больших информационных порталов, таких как Yandex, Yahoo! и др. Например, используя Yahoo! Maps and Driving Directions, содержащий интерактивные географические карты и атласы мира, узнать оптимальный маршрут передвижения из одной точки в другую с точностью до конкретных магистралей и улиц (в настоящее время – только в пределах США). Причем информация, получаемая пользователем, в том числе и сами географические карты, может быть отослана по e-mail, отправлена по факсу, получена в виде печатной копии. Кроме того, здесь же легко почерпнуть информацию о расположении на предполагаемом маршруте по географической карте заправочных станций, ресторанов, отелей и мотелей, узнать новости, влияющие на дорожное движение (пробки, аварии, катастрофы, стихийные бедствия, погода), и другие полезные сведения.

Более научную информацию содержат интерактивные атласы порталов Encarta и Nationalgeographic.com. Последний портал, являясь интернет-версией знаменитого журнала, предоставляет также актуальную информацию о новейших открытиях, интересных фактах, экспедициях и программах в сфере географии и туризма США.

Тем не менее, данные порталы и геосервисы слабо приспособлены для отражения самобытности, историко-культурного наследия, особенностей природно-ландшафтного многообразия территории. Эту особенность отметил голландский исследователь Дж.Х. Джеуринг. При позиционировании туристского массива или дестинации практически неизбежно возникают противоречия между информацией, представляющей ресурс вне и внутри территории [6, с. 65]. Информация, представленная в больших геосервисах и порталах, представляет наиболее известные, ставшие туристскими брендами территории ресурсы и массивы. Тогда как для развития внутреннего туризма, представления региона на местном уровне, необходимо показать неизвестное об известном, те ресурсы региона, которые могут быть интересны и востребованы путешественникам и туристам, живущим в этом регионе.

Учитывая опыт создателей геосервисов, включенных в большие информационные порталы, основное внимание нужно уделить существующим практикам создания региональных туристических атласов и путеводителей. Поэтому, для выработки структуры атласа, кроме разработанных в Самарской области интерактивных ресурсов, были изучены лучшие образцы путеводителей других регионов России. Достоинства и недостатки этих ресурсов показаны в таблице.

Таблица 1

Образцы электронных путеводителей и карт

Название информационного ресурса (путеводителя, карты, атласа)	Достоинства	Недостатки
Самарская область. Справочник туриста. (http://gosamara.ru/)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информация о ресурсах дублируется в структуре путеводителя: размещена в пунктах о муниципальных образованиях и по характеру деятельности туриста (в рубриках «Посмотрите», «Поучаствуйте»). 2. Наглядность. Большое количество фотографий. Наличие 3D презентации. 3. Перевод информации на 6 языков. 4. Наличие конструктора туров. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сжатость изложения, отсутствие ориентации туриста по времени осмотра, сезонности маршрута, условиях посещения ресурса. Информация в рубриках гораздо менее подробная, многие достопримечательности малых городов и сел не получили отражения. 2. Презентация представляет собой один вид, что не дает возможности составить целостное представление о дестинации. 3. Отсутствие ссылок на блоги туристов и социальные сети.
Остров 65. Сахалин и Курильские острова. (http://ostrov65.com/)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Путеводитель изначально заявлен как собрание фотографий, собранных в группы по районам области. Наглядность, возможность добавления фотографий. 2. Наличие обновляемых GPS карт. 3. Дополнительные разделы: статьи о Сахалине, флора и фауна Сахалина (в фотографиях), новости Сахалина, Сахалинская поэзия, форум. В каждом разделе жители и гости региона могут оставлять комментарии. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Очень краткая историческая справка, не дающая представления о прошлом территории. 2. Не представлены разработанные маршруты, действующие в области и объединяющие различные районы. Не выявлены основные достопримечательности края. 3. Информация не переводится на другие языки мира.
ВолгоградГид. Путеводитель по Волгограду и Волгоградской области. (http://volgogradguide.ru/)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Большое количество разделов путеводителя. 2. Наглядность. Большое количество фотографий хорошего качества. Наличие интерактивной карты, на которой отмечены основные достопримечательности и события. 3. Возможность добавления туристами фотографий. Возможность комментировать и оценивать фотографии других жителей и гостей региона. 4. Ссылки на сайты партнеров проекта, в том числе Волгоградское отделение РГО. 5. Возможность поделиться ссылками на информацию в социальных сетях. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Большой объем информации иногда приводит к превышению времени ожидания ее загрузки. 2. Отсутствие информации о климатических и сезонных условиях посещения достопримечательностей. 3. Отсутствие сведений о доступности туристских ресурсов на автотранспорте и других средствах передвижения.

Название информационного ресурса (путеводителя, карты, атласа)	Достоинства	Недостатки
<p>Алтайский край 360. (http://алтай-360.рф/)</p>	<p>1. Информационный образовательный ресурс, собрание панорамных съемок и фотографий Алтайского края. Наглядность. Наличие интерактивной карты. 2. Подробное описание точек панорамной съемки, исследованных объектов природы и культуры. Информация отличается новизной, научностью и доступностью изложения. 3. Наличие гиперссылок на термины и географические названия для желающих подробнее с ними ознакомиться на других информационных ресурсах. 4. Наличие ссылок на сайты партнеров проекта, социальные сети.</p>	<p>1. Определение на карте точек съемки панорамных видов не позволяет определить возможные способы передвижения к объекту. На интерактивной карте отсутствует информация о существующих туристических маршрутах, способах передвижения к туристским объектам, климатических и сезонных условиях посещения достопримечательностей.</p>
<p>Крым Air. Путеводитель по Крыму. (http://krymair.ru/)</p>	<p>1. Большое количество разделов путеводителя. Ссылки на литературные произведения и легенды Крыма. 2. Наглядность. Большое количество фотографий хорошего качества. Наличие интерактивной карты, на которой отмечены основные достопримечательности и события. Наличие 3D панорам наиболее привлекательных объектов Крыма. 3. Описание транспортной и рекреационной инфраструктуры. Описание экскурсионных маршрутов, как для организованных групп, так и для самостоятельных туристов. Описание малоизвестных объектов природы и культуры. Описание национальностей и религий Крыма. 4. Возможность комментировать и оценивать статьи и фотографии, размещенные на сайте в социальной сетях «ВКонтакте», FaceBook, Twitter и др.</p>	<p>1. Отсутствует возможность добавления туристами фотографий. 2. На интерактивной карте отсутствует информация о существующих туристических маршрутах, способах передвижения к туристским объектам, климатических и сезонных условиях посещения достопримечательностей.</p>

Информация актуальна на 11.07.2017 года (составлено авторами)

Учитывая выводы, содержащиеся в работе чешских исследователей Э. Кираловой и А. Павличека [7], изучивших влияние социальных сетей на развитие внутреннего туризма, к достоинствам путеводителя следует отнести размещение информации о нем или ссылки на путеводитель в социальных сетях и сообществах.

Привлекательность интернет-пространства в целом и социальных сетей в частности, была использована разработчиками атласа на первом этапе работы – этапе сбора информации о малоизвестных маршрутах малых городов и сел Самарской области. Был организован Конкурс на лучший туристский маршрут малых городов и сел Самарской области. Конкурс состоял из двух туров. По результатам первого, номинанты, прошедшие отбор представительной комиссии, публично представили презентации разработанных ими маршрутов. В конкурсную комиссию из 18 экспертов вошли известные ученые, общественные деятели, представители туристического бизнеса и органов власти Самарской области. Для презентации проектов участниками были подготовлены сувениры, изделия ручной работы,

гастрономические изыски. Некоторые участники продемонстрировали фильмы о своих маршрутах.

Второй тур Конкурса проходил в виде народного интернет-голосования за лучший туристский маршрут. Подведение итогов Конкурса и награждение лауреатов и номинантов в рамках праздника «Сызранский помидор» (Самарская область, г. Сызрань) широко освещалось в прессе, интернет-медиа и социальных сетях.

Проведение Конкурса способствовало привлечению внимания общественности и помощи практиков, непосредственно осуществляющих развитие ресурсов сельского туризма в регионе. Информационным партнером Конкурса выступил электронный научно-практический журнал «Региональное развитие» (<https://regrazvitie.ru/oblastnoj-konkurs/>).

Результатом первого этапа работы стало выявление специализации различных муниципалитетов на определенных видах туризма, выработка обратной связи между разработчиками атласа и практиками из муниципалитетов и коммерческих организаций. Были определены черты лучших электронных ресурсов сопровождения туристской деятельности.

Таким образом, достоинствами электронных путеводителей и карт, которые необходимо было сохранить и в структуре планируемого атласа, являлись доступность, наглядность, научность, практическая направленность, дублирование информации на нескольких языках, наличие прямых ссылок на сайты-партнеры и сайты дестинаций. Отличительной особенностью атласа стала реализация в проекте его создания концепции информационного сопровождения туристской деятельности, которая приходит на смену концепции информационного обеспечения [8, с. 167].

Как отмечает Н.А. Барабанова, информационное сопровождение туристской деятельности, обратная связь с путешественником, вовлечение туриста в процесс формирования своего маршрута, является на сегодняшний день востребованным и необходимым уровнем развития туристских информационных ресурсов [9, с. 100].

Заключение

По данным ВЦИОМ за граница в 2016 году не является главным предметом мечтаний россиян о летнем отдыхе⁴. Более того, за последние пять лет около 60 % россиян отдыхали только в своем регионе⁵. Тем не менее, зарубежный отдых респонденты по всем критериям оценивают заметно выше, чем внутрироссийский. В частности, выше оценивается и возможность узнать нечто новое, побывать в новых местах⁶.

Однако, для такой группы потребителей туристских услуг, как студенчество, основным видом отдыха остается внутренний туризм, его активные формы с ярко выраженной сезонной направленностью [10, с. 118]. Представляется, что частично низкая оценка познавательного потенциала туристских ресурсов российских регионов связана с недостатком информации о природных, историко-культурных, рекреационных и развлекательных объектах.

С целью создания нового информационного ресурса – маршрутного туристического атласа Самарской области были изучены существующие интернет-ресурсы муниципальных образований Самарской области, путеводители и сервисы по региону. Был сделан вывод о недостаточном информационном обеспечении туристской деятельности в малых городах и селах Самарской области.

⁴ Лето-2016: планы и предпочтения россиян / Опросы ВЦИОМ 1999-2016. М. – 2016. – 26 с.

⁵ Там же – 22 с.

⁶ Там же – 24 с.

Были также проанализированы лучшие практики создания подобных информационных ресурсов в некоторых других регионах Российской Федерации, выявлены их достоинства: доступность, наглядность, научность, практическая направленность, дублирование информации на нескольких языках, наличие прямых ссылок на сайты-партнеры и сайты дестинаций.

Для привлечения к проекту внимания широкой общественности, краеведов и практиков, занимающихся продвижением турпродукта на внутреннем рынке региона, был проведен Конкурс на лучший туристский маршрут малых городов и сел Самарской области. Конкурс дал представление о туристической специализации отдельных муниципальных образований области, выявил большое количество оригинальных туристских маршрутов и объектов показа. Таким образом, проведенный первый этап реализации проекта дал примерное представление о структуре атласа.

В связи с общностью исторической судьбы и единым природно-географическим наследием макрорегиона «Поволжье» проект предполагается расширить, пригласив к сотрудничеству другие регионы Приволжского федерального округа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клемешев А.П. Регион, регионализм и регионализация // Регион сотрудничества. Вып. 17 (42): регион в условиях глобализации / Под ред А.П. Клемешева. Калининград: Изд-во КГУ, 2004. С. 5-16.
2. Исмагилов Н.Н. Проблема региональной идентичности в российском социокультурном пространстве // География и природ. ресурсы. 2009. №3. – С. 129-134.
3. Братухина Е.А., Братухин Д.А. Разработка программы продвижения туризма на примере Самарской области // Международное приграничное сотрудничество и туристический потенциал к событиям мирового уровня Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Н.В. Полянская (отв. ред.) [и др.]. 2017. С. 11-17.
4. Кориневская Е.М. Опыт создания путеводителя по историко-культурному наследию г. Барнаула // Вестник Томского государственного университета. История. 2013. №2(22) С. 184-187.
5. Дубровинский А.В., Пошивайло Я.Г. Маршрутные рекреационно-туристские атласы: технология современного производства // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2012. №2. С. 117-120.
6. Jeuring J.H.G. Discursive contradictions in regional tourism marketing strategies: The case of Fryslân. The Netherlands // Journal of Destination Marketing & Management – 2016. – № 5. – p. 65-75.
7. Királová A., Pavlíček, A. Development of Social Media Strategies in Tourism Destination // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2015. – №175. – p. 358-366.
8. Барабанова Н.А. Информационное сопровождение туристской деятельности в Самарском регионе // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2006. №3. С. 166-170.
9. Барабанова Н.А. Информационный комфорт как составляющая качества туристского обслуживания // Вестник Самарского государственного университета. 2008. № 5-1(64). С. 97-105.
10. Колесова Ю.А. Специфика туристско-рекреационных потребностей студенческой молодежи // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2016. № 6 (8). С. 115-118.

Tarasova Yuliya Anotolievna

Samara state university of economics
Syzran (branch), Russia
E-mail: sangria80@yandex.ru

Polyanskova Nataliya Vadimovna

Samara state university of economics, Samara, Russia
E-mail: n_econ@sseu.ru

Borisova Yelena Anatoliyevna

Samara state university of economics
Syzran (branch), Russia
E-mail: elan_51@mail.ru

Yasenickiy Igor Andreevich

Samara state university of economics
Syzran (branch), Russia
E-mail: kafedra203_matem@mail.ru

The interactive atlas as the resource of information support of tourist and recreational activity in the region

Abstract. The authors analyze the Russian and international experience of creation of information tourist products in this work. Numerous advantages of using the Internet information environment for placing the guides and atlases are noted. The authors describe the advantage of the wide notification of the public about tourist resources of the area also.

Main attention is paid to covering of little-known sights and routes of the small cities and villages of the Samara region. The rich natural landscape, cultural and historical capacity of municipal units of the region is noted. The authors draw the conclusion about the poor reflection of this potential in the resources presented to the Internet. The need of creation of the interactive atlas of tourist routes of the small cities and villages of the Samara region is summarized. The examples of the best practices of creation of similar resources are wanted.

The guides and atlases of tourist routes existing in Russia are analyzed in the paper. The authors mark out availability of information, feedback existence, continuous updating of information, including maps, existence of feedback with developers and an opportunity to build the tourist route as the most attractive characteristics.

The authors describe the first stage of creation of content of the atlas which main maintenance was holding a regional competition on the best tourist route of municipal units of the Samara region. The involvement of practitioners and extended coverage in the press promoted creation of audience of the planned resource and identification of real-life, but little-known tourist routes and sights of the province. The authors draw a conclusion about the need of preservation in atlas structure of all characteristics which is peculiar to the modern information tourist resources created in the concept of the tourist activity support.

Keywords: information resource; information support; internal tourism; electronic atlas; tourist route; small cities and villages of the Samara region; Volga Federal District