



**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**
Сборник научных статей

Current Trends of Social
Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles

**Ижевск
2017**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

The Russian Federation Ministry of Education and Science
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Udmurt State University”
Institute of Social Communications

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Сборник научных статей

Current Trends of Social Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles



ИЖЕВСК
Izhevsk
2017

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

Журнал включен
в реферативную базу РИНЦ

Научный редактор:
доктор исторических наук, профессор Г.В. Мерзлякова.

Редакционная коллегия: к. и. н., доцент Л. В. Баталова,
к. и. н., доцент С. А. Даньшина,
зам. дир. по международным связям Н. А. Кононова,
к.п.н., доцент Е. И. Михалёва (ответственный редактор).

А 437 Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 30 октября 2017 г., Ижевск) / Под. ред. Г. В. Мерзляковой, Л. В. Баталовой, С. А. Даньшиной, Н. А. Кононовой, Е. И. Михалёвой – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 320 с.

ISBN 978-5-4312-0535-4

В сборнике представлены статьи посвященные исследованиям социально-коммуникативных процессов, развитию медиакоммуникаций, изучению инновационных возможностей регионального туризма.

Данный сборник предназначен для исследователей в области гуманитарных наук, а также для специалистов, интересующихся различными аспектами практической деятельности и современными технологиями в области интернет-пространства, организации деятельности в области рекламы, связей с общественностью, туризма и молодежной политики. Материалы сборника могут быть использованы студентами, магистрантами и преподавателями в учебном процессе.

В сборнике представлены статьи ученых и преподавателей из г. Кирова, Москвы, Нью - Йорка, Парижа, Томска, Ярославля и др.

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

ISBN 978-5-4312-0535-4

© Удмуртский государственный университет, 2017
© Авторы статей, 2017
6© Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, С. А. Даньшина,
Н. А. Кононова, Т. В. Овсянникова состав, 2017

Рогозина Эльвира Расилевна

кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин
ФГБОУ ВО «УдГУ»
Россия, г. Ижевск
elfrogozina@yandex.ru

Rogozina Elvira R.

Udmurt State University
Russia, Izhevsk

ТУРИСТКИЙ ПОТЕНЦИАЛ И ТУРИСТСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ УДМУРТИИ

TOURISTIC POTENTIAL AND TOURISTIC APPEALINGNESS OF UDMURTIA

Аннотация

В статье рассматривается понятие туристской привлекательности региона как важнейшей составляющей развития сферы туризма. На основе исследования делаются выводы об ассоциативных предпочтениях связанных с Удмуртией и возможностях формирования нового бренда региона.

Ключевые слова: туризм, бренд, туристская привлекательность, туристский потенциал, территория.

Abstract

In this article is being discussed the concept of region's touristic appealingness as a part of tourism industry development. Based on research we are making conclusions about associative preferences related to Udmurt Republic and possibilities of the formation of region's new brand.

Keywords: tourism, brand, touristic appealingness, touristic potential, territory

Одной из основных задач развития сферы туризма Российской Федерации является рост въездного и внутреннего туристского потока. Это позволит обеспечить приток финансовых средств, необходимых для роста отечественной экономики. Несмотря на неблагоприятные международные политические факторы в России все еще наблюдается превышение количества выездных путешествий над въездными на 7538 тыс. [1, с. 169–170]. Очевидно, что для увеличения роста въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации необходимо по-

вышать туристскую привлекательность её территорий. Может ли Удмуртия стать туристически привлекательным регионом? Если да, то что можно использовать в качестве бренда территории?

Большой толковый словарь русского языка дает следующее толкование термину - бренд (англ. brand - (фабричная) марка, клеймо) - торговая марка, по которой покупатель узнаёт производителя данного товара [2].

Ни для кого не секрет, что у большинства наших соотечественников и иностранцев Удмуртия, в первую очередь,

ассоциируется с создателем легендарного оружия – М.Т. Калашниковым. Соответственно, «topofmind» или первый бренд, который вспоминается потребителем при упоминании товарной категории нашего региона – это Калашников. Согласно маркетинговой терминологии высокий показатель по этому виду узнаваемости (например, свыше 50%) говорит о том, что бренд является в восприятии потребителей однозначным лидером в своей товарной категории и уже сама товарная категория у большинства из них ассоциируется с брендом [3].

Кто или что еще может претендовать на высокую узнаваемость в регионе? С чем у студентов, а студенты – это наиболее активная часть аудитории, ассоциируется Удмуртия? Для выяснения ассоциативных предпочтений среди студентов был проведен блиц-опрос. В опросе участвовали 52 студента второго курса ИПСУБ. Средний возраст опрошенных – 19-21 год. Студентам были заданы четыре открытых вопроса. На вопрос: «С какими прилагательными у Вас ассоциируется Удмуртия?» были получены следующие результаты. Для 27 процентов опрошенных – это дождливая, серая, пасмурная, холодная, грязная. Для 25 процентов – солнечная, яркая, светлая. Еще для 24 процентов – красивая. И лишь 22 процентов назвали Удмуртию родной. Это, впрочем, не удивительно, так как не все студенты, участвующие в опросе являются жителями Удмуртии. Куда менее популярным ответом стала чистая – два процента.

Среди известных персоналий лидирует – М.Т. Калашников. Его вспомнили 39 процентов опрошенных. Далее следуют политические лидеры – А.А. Волков, А.В. Соловьев и А.В. Бречалов. Десять, восемь, и шесть процентов, соответственно. П.И. Чайковского вспомни-

ли еще восемь процентов опрошенных. Кузубай Герд знаком шести процентам. Столько же назвали Бурановских бабушек и Галину Кулакову. Оставшиеся затруднились с ответом.

Из объектов растительного и животного мира, ассоциирующихся с Удмуртией лидируют медведь – 23 процента и купальница европейская или удмуртский италмас – 14 процентов. Среди растений можно также выделить рябину – восемь процентов и одуванчик – шесть процентов. Животные – кот и белка – шесть и четыре процента, соответственно. Из рукотворных объектов безоговорочным лидером стал автомат Калашникова – 29 процентов. Для 20 процентов Удмуртия – это оружейный завод или просто завод. Данный ответ свидетельствует, скорее, о знании истории. Ижевск, Воткинск, Камбарка – типичные уральские города-заводы, главная композиционная ось которых – плотина. Из непопулярных ответов можно выделить библиотеки. Их вспомнили четыре процента опрошенных.

Конечно, данное исследование носит исключительно разведывательный характер. Для сохранения имеющегося в Удмуртии бренда или формирования нового необходима комплексная работа. В связи с этим актуальным становится обращение к основным категориям сферы туризма – туристская привлекательность и туристский потенциал территории. О.Н. Барсукова и А.К. Буяльская под туристским потенциалом территории понимают совокупность расположенных на данной территории природных и рукотворных объектов и явлений, а также условий, возможностей и средств, необходимых и пригодных для формирования туристского продукта [4].

С. К. Волков отмечает, что туристская привлекательность территории может быть определена, как совокупность визуальных, вербальных и эмоциональных характеристик, формирующих отношение туриста к конкретной территории. Именно поэтому она находится в прямой зависимости от количества достопримечательностей или фотографируемых мест. С.К. Волков в своем исследовании ссылается на теорию британского социолога Джона Урри «взгляд туриста», говорящую о том, что туризм предполагает поездку куда-либо в поисках зрительных впечатлений, которых человек не получает дома или на работе [5, с. 113–114]. Н.В. Першина и С.В. Угрюмова отмечают, что туристический потенциал — это только предпосылки организации туристической деятельности, в то время как туристическая привлекательность — это уже результат соответствующей деятельности по развитию и актуализации туристического потенциала, фор-

мированию соответствующей туристской инфраструктуры [6]. Если туристский потенциал территории относится к предложению, то туристская привлекательность - это, скорее, спрос на туристские продукты и услуги.

Несмотря на различие понятий туристский потенциал и туристская привлекательность очевидно одно - без полноценного и качественного туристского потенциала трудно создать высокую туристскую привлекательность территории. Туристская привлекательность является одним из основных факторов конкурентоспособности города и региона. Туристы не только приносят доход предприятиям региона, но и являются носителем информации о городе, республике, помогают создавать его внешний имидж и репутацию.

Итак, Удмуртия, безусловно, может и должна использовать имеющийся туристский потенциал для превращения его в туристскую привлекательность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Россия в цифрах 2016 г.: Краткий статистический сборник. — М: Росстат, 2016. — 543 с.
2. Большой толковый словарь русского языка. - 1-е изд-е: СПб.: Норинт С. А. Кузнецов. 2000. – 1536 с.
3. Онлайн энциклопедия маркетинга. URL: <http://marketopedia.ru/79-uznavaemost-brenda.html> (Дата обращения: 2017-11-28).
4. Барсукова, О. Н. Маркетинговая оценка туристского потенциала (на примере туристского центра г. Тобольска)/ О. Н. Барсукова, А. К. Буяльская // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. — 2012. — № 44(8). — URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-otsenka-turistskogo-potentsiala-na-primere-turistskogo-tsentra-g-tobolska-1> (Дата обращения: 2017.11.28)
5. Волков, С. К. Анализ туристской привлекательности г. Волгограда с точки зрения теории Джона Урри/ С. К. Волков // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2013. — № 17 (120). — С. 113–118.
6. Першина Н. В., Угрюмова С. В. К вопросу о туристской привлекательности территории // Молодой ученый. — 2016. — №16. — С. 187-189.. URL: <https://moluch.ru/archive/120/33147/> (Дата обращения: 2017-11-28).

ных стран. Однако, ведение такой книжки все-таки неотъемлемая часть организации волонтерской деятельности, в том числе и музейного волонтерства, поскольку так или иначе в дальнейшем данные из книжки могут пригодиться ее владельцу, и в целом это придает значимость и законность волонтерской деятельности и систематизирует ее.

Таким образом, здесь обозначены только первоочередные направления работы с волонтерами, которые возможно организовать при создании волонтерского центра. Перспективы развития в том, что в дальнейшем волонтеры на базе музея

и центра и с профессиональной помощью сотрудников могут сами начать реализовывать творческие проекты, расширить свою деятельность и на другие музеи Ижевска, сотрудничать с музейными волонтерскими центрами в соседних регионах и России для обмена опытом.

В целом, создание такого волонтерского центра позволит вывести решение вопроса о привлечении интереса общества к музеям на новый уровень, на котором возможно создать активную творческую сферу взаимодействия, новый путь вхождения культуры в общество и общества в культуру.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт Службы волонтеров Государственного Эрмитажа. URL: www.benevole.ru
2. Официальный сайт Музея Ижевска. URL: www.muzeiizhevsk.ru
3. Первый А.О. Организация волонтерского движения в развитии творческих проектов в учреждениях культуры // Мир науки, - 2016. - Т. 4. - № 5. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/14PDMN516.pdf>

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. 3

Журбина И. В.

Профессиональная рефлексия в поле PR: технологии, креатив, аналитика 4

Рогозина Э. Р.

Дар как коммуникация 12

Соловьев Г. Е.

Биографическая коммуникация в профессиональной деятельности
социального работника 17

Сунцова Я. С.

Особенности коммуникативных установок представителей этнических групп 22

Рохина К. С.

Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России 31

Чернявская О. Ю., Окушова Г. А.

Комплексный подход в использовании PR-технологий
при продвижении имиджа территории. 37

Кузнецов К. С., Даньшина С. А.

Особенности PR-продвижения образовательной организации
высшего образования в интернете (на примере ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет» Институт социальных коммуникаций). 43

Фертиков Д. В., Никитина О. Н.

Использование информационно-коммуникационных
технологий в работе компаний туристской области 49

Оконникова Т. И., Поздеева А. В.

Перспективы использования трэвел-журналистики
в продвижении туристской дестинации 53

КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ 59

Сердюкова Я. Е., Баталова О. Ю., Широков А. А.

Кибербуллинг. Участники, типы, профилактика 60

Морозов И. В., Невзорова А. В.

Общий взгляд на проблему музыкальных СМИ в России 63

Невзорова Е. Д., Невзорова А. В.

Краеведческое издание «Кацкая летопись»
в контексте этнографического туризма 67

<i>Баталова О. Ю., Сердюкова Я. Е., Широков А. А.</i>	
Информационная безопасность в социальных сетях	71
<i>Корзникова Н. В.</i>	
Использование информационно-коммуникационных технологий в национально-культурном воспитании детей и взрослых (из опыта работы виртуального музея МБОУ ДО центр творческого развития «Октябрьский»).	75
<i>Васюра С. А.</i>	
Коммуникативная активность студентов в игровом пространстве интернета: экспансия виртуальности	80
<i>Фефилов А. В.</i>	
Культура и безопасность в современном информационном пространстве и основные актуальные угрозы для них	88
<i>Меншатова О. В.</i>	
Районная пресса Удмуртии в условиях развития новых информационных технологий	97
<i>Ерохина Л. Н., Ерохин А. В.</i>	
Способы представления депутатов высшей законодательной власти России в Германии в интернете	102
<i>Старкова Г. И.</i>	
Культурное пространство современной молодёжи в отражении газеты «Удмуртский университет»	112
<i>Соколова О. П.</i>	
Феномен коммуникативной культуры как критерий культурности человека	118
<i>Рябов М. Ю, Ишмуратов А. В.</i>	
Крезь в информационном пространстве	122
<i>Хохрякова Т. А., Напольских В. В.</i>	
Сетевой фольклор как феномен современной культуры	128
<i>Романова Е. В., Ерохина Л. Н.</i>	
Особенности развития современной районной газеты (на примере газеты «Светлый путь» Игринского района)	134
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Информационная грамотность молодёжи как способ защиты от манипулятивных воздействий.	138
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Особенности современного медиатекста в интернет-пространстве для молодежной аудитории	143
<i>Шишюкина А. И., Субботина А. М.</i>	
Формирование межкультурной компетентности как способ достижения понимания своей и других культур	147

<i>Васильева Д.В., Гай И.А.</i>	
Перспективы развития волонтерского движения в музейной деятельности	152
<i>Рогозина Э. Р.</i>	
Туристский потенциал и туристская привлекательность Удмуртии	160
КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ	163
<i>Коняева И. П., Михалёва Е. И.</i>	
Зарубежный опыт реализации программ по получению образования молодёжи, попавшей в трудную жизненную ситуацию (на примере компании Проджект Формэйшн, Соединённые Штаты Америки)	164
<i>Волченкова Е. В., Бородатая М. Н.</i>	
Формирование коммуникативной компетентности в подростковом возрасте	169
<i>Пушкарева П. С., Невзорова А. В.</i>	
Педагогические условия формирования умения младших школьников работать в парах и группах	173
<i>Пичугина Т. А.</i>	
роль Октябрьской революции в истории России в представлениях молодёжи Удмуртской Республики: опыт социологического исследования	177
<i>Файзулина Ю. С., Соловьев Г. Е.</i>	
Специфика взаимодействия социального работника с детьми-сиротами по формированию готовности детей к самостоятельной семейной жизни	185
<i>Селезнёва М.В.</i>	
Подростки «группы риска» в аспекте психосоциальной работы	189
<i>Вишняков А. А., Андриевская Е. С., Курьлев В. Л.</i>	
Организация системы социальной поддержки молодых специалистов на предприятиях	194
<i>Даньшина С.А., Щелконогова Н. В.</i>	
Организация досуговой деятельности при промышленном предприятии: коммуникативный аспект	198
<i>Королев С. В., Костылева Е. В.</i>	
Проблемы становления республиканских структур по работе в семье в Удмуртии в 90-е годы XX века	204
<i>Боровикова С. Н.</i>	
Особенности организации учебной и внеучебной деятельности учащихся в учреждениях музыкальной направленности (на примере МБОУ СОШ №71 г. Ижевска)	212
<i>Варанкина К. Е., Михалёва Е. И.</i>	
Педагогические условия формирования воспитательной среды детского оздоровительного лагеря	216

<i>Котельникова А. А., Михалёва Е. И.</i>	
Социально-культурная самоорганизация учащейся молодёжи в контексте личностно-ориентированного подхода (на примере студенческого педагогического отряда «Орлята»)	220
<i>Русинова В. Г., Фирулева Л. Д.</i>	
Организация досуговой деятельности подростков как условие их успешной социализации в школе (на примере МБОУ СОШ № 71 г. Ижевска)	226
<i>Тычинина Ю. А., Фирулева Л. Д.</i>	
Формирование лидерских качеств молодёжи в студенческих отрядах (на примере УРО МООО «Российские студенческие отряды»)	229
<i>Абашева Е. Р., Чернышева И. В.</i>	
О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подростков	234
<i>Мамонтова В. Ю., Чернышева И. В.</i>	
Профилактическая работа с учащимися в школе	239
<i>Никитина К. М., Чернышева И. В.</i>	
Влияние моды на формирование здорового образа жизни подростков на примере БОУ УР «УГНГ им. Кузубая Герда»	244
ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ	249
<i>Русских С. Н., Чернышева И. В.</i>	
Организация учебного процесса в магистратуре университетов Парижа и Ижевска	250
<i>Гурьянчик В. Н., Макеева Т. В.</i>	
Социокультурная адаптация иностранных образовательных мигрантов: коммуникативные барьеры	254
<i>Кожевникова О. В.</i>	
Психосемантический анализ восприятия времени второкурсниками со склонностью к академической прокрастинации	260
<i>Вьюжанина С. А.</i>	
Взаимосвязь академической мотивации и самоотношения второкурсников Удмуртской этногруппы	269
<i>Фамутдинов Р. З., Солодянкина О. В.</i>	
Интерактивное занятие на тему «Профессия моей мечты, здоровье и курение» в сфере первичной профилактики табакокурения среди 3-6 классов	274
<i>Безносова Л. Н.</i>	
Разработка занятия в рамках элективного курса по профориентации для старшеклассников «Профессии будущего»	279

<i>Шквырина А. В.</i>	
Развитие электронного обучения в образовательной среде	286
<i>Баталова Л. В., Мерзлякова Г. В.</i>	
Туристская инфраструктура в Удмуртии во второй половине XIX – начале XX вв	293
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Развитие гастрономического туризма в Удмуртии на примере фестиваля финно-угорской кухни «Быг-быг»	305
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Фестиваль «Всемирный день пельменя» как составляющая развития событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике	310