

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГОРОДА В ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛАХ

А. Родомакина

3 курс, социологический факультет

Научный руководитель – доц. **О.В. Букина**

В информационном обществе владение информацией становится важным условием принятия решений, важным средством мотивации, в том числе в рекреационной и туристской деятельности. Эти виды деятельности, в свою очередь, являются важным ресурсом освоения, присвоения, продвижения территорий и пространств. Поэтому сегодня все чаще внимание практиков, управленцев и ученых привлекают проблемы создания и развития информационной инфраструктуры рекреационной и туристской деятельности.

Мы решили проанализировать зарубежный и отечественный опыт разработки содержания и форм информационных материалов для рекреационной и туристской деятельности и примеры их размещения в пространстве города.

Буклет - малоформатное издание многократно сфальцованное. Буклеты представляют отдельные объекты, организации и услуги и могут иметь различные размеры, объем и варианты фальцовки. Они являются экономичным изданием, выпускаются большими тиражами и рассчитаны на кратковременное использование. В форме буклета обычно выпускаются рекламные проспекты, краткие путеводители, географические карты, схемы городов для туристов [1, с. 112]. Чаще всего буклеты располагаются на вокзалах города, в аэропорту, на главных площадях и улицах, а также в информационных офисах или киосках.

Брошюра – небольшая книга, обычно без твердого переплёта, в обложке [1, с. 114]. Из туристских брошюр можно почерпнуть много полезной информации. Текстовая информация подкрепляется графической, что еще больше воздействует на туриста. Брошюры можно найти в туристско-информационных центрах, на вокзалах и в аэропортах, а также в музеях города.

Информационный стенд – это своеобразная вывеска, которая содержит разнообразную, необходимую на определенном отрезке времени информацию. На ней можно вместить максимум информации о культурном потенциале. Чаще всего включают в себя карту местности с нанесенной на ней достопримечательностями, а также информацией о самой местности и ее истории [2, с. 256]. Информационные стенды могут располагаться во всех транспортных узлах, на улицах и площадях города, а также около основных достопримечательностей [3, с. 210].

Другим, более сложным, способом информирования туристов выступают информационные киоски (туристско-информационные центры - ТИЦы). ТИЦы представляют собой небольшие павильоны, где туристам готовы помочь квалифицированные консультанты, владеющие иностранными языками. Туристско-информационные центры призваны не только информировать гостей города, но и давать рекомендации по посещению наиболее интересных объектов и помогать сориентироваться в городе.

Можно сказать, что информационные киоски, главным образом, располагаются на въездах в город, на железнодорожных станциях, вокзалах и аэропортах, также их можно встретить в районах с большим количеством достопримечательностей.

Что же касается самарского опыта информационного сопровождения туристов, то здесь можно сказать, что система информирования развита очень слабо. Это можно легко понять, посетив транспортные узлы города. Только на железнодорожном вокзале мы можем увидеть на входе информационный стенд, включающий в себя карту города с некоторыми достопримечательностями и небольшую информацию о городе. На автовокзале только карта Самарской области, в аэропорту и на речном вокзале какая-либо информация об объектах, которые можно посетить, и о Самаре в целом отсутствует. Также в Самаре есть ТИЦ, располагающийся по адресу Красноармейская 1, что далеко от транспортных узлов и потока туристов.

Проведенный анализ позволяет нам сделать следующие предварительные выводы: 1) чаще всего в любом типе информационного ресурса содержится краткая информация о населенном пункте, информация о достопримечательностях, карты с обозначением культурных ценностей, наиболее интересные маршруты, а также контакты, такие как скорая помощь, полиция и др.; 2) в основном все информационные ресурсы располагаются в транспортных узлах города, таких как железнодорожный вокзал, автовокзал, речной порт, аэропорт. Также их можно встретить на наиболее оживленных улицах и главных площадях города.

Библиографический список

1. Кириллов, А.Т. Реклама в туризме. – СПб.: Лекс Стар, 2002. – 200 с.
2. Чудновский, А.Д., Жукова, М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2007. - 420 с.
3. Буйленко, В.Ф. Туризм. - Ростов-на-Дону: Феникс, Неоглори, 2008. – 416 с.