



*Социологические науки*

**УДК 061.1**

**Л.В. Янковская**

**А.А. Максимцева**

**Янковская Людмила Васильевна**, кандидат философских наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: yankovskaya.y@yandex.ru

**Максимцева Алина Александровна**, магистрант 2 курса направления подготовки «Социально-культурная деятельность» факультета СКДТ Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: alinagcnk@gmail.com

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

В статье обосновывается исключительная важность формирования имиджа туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края, являющегося фактором воздействия на увеличение турпотока. Деятельность муниципальных учреждений культуры, направленная на продвижение и популяризацию территорий, входящих в краевой туристско-рекреационный комплекс, объясняется в значениичасти механизма формирования его благоприятного имиджа.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационный комплекс, Краснодарский край, социально-экономическое развитие, имидж территории, муниципальные учреждения культуры, социально-культурная сфера, туристский поток.

**L.V. Yankovskaya**

**A.A. Maximtseva**

**Yankovskaya Lyudmila Vasilyevna**, candidate of philosophical sciences, associate professor of social and cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: yankovskaya.y@yandex.ru

**Maximtseva Alina Alexandrovna**, master student of 2 courses of specialty «Social and cultural activity» of department SCAT of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: alinagcnk@gmail.com

**ACTIVITIES OF MUNICIPAL INSTITUTIONS OF CULTURE  
IN THE IMAGE FORMATION OF TOURIST-RECREATIONAL  
COMPLEX OF THE KRASNODAR REGION**

The article substantiates the exceptional importance of the formation of the image of the tourist and recreational complex of the Krasnodar region, which is a factor of influence on the increase in tourist flow. The activity of municipal cultural institutions, aimed at promoting and popularizing the territories included in the regional tourist and recreational complex is explained in the importance of the mechanism of formation of its favorable image.

**Key words:** tourist and recreational complex, Krasnodar region, social and economic development, image of the territory, municipal cultural institutions, social and cultural sphere, tourist flow.

К числу ключевых ресурсов обеспечения стабильного развития Краснодарского края относится туристско-рекреационный комплекс, который наравне с агропромышленным производством составляет его экономический базис. Так, не будет преувеличением отметить, что

социально-экономические перспективы края, во многом обусловленные его выгодным географическим положением и уникальными природно-климатическими характеристиками, напрямую связаны с внутренним и внешним турпотоком. Его увеличение, равномерность или, напротив, снижение интенсивности, зависят от ряда факторов, где одним из первых называют привлекательность определенной рекреационной территории для туриста. Складываясь из ряда компонентов (как рациональных, так иногда и совершенно неожиданных), она оформляется в некий совокупный образ территории, существующий в общественном сознании, в специальной литературе получивший название территориального имиджа.

Понимая под туристско-рекреационным комплексом «формы кооперирования рекреационных и сопутствующих отраслей, сочетание рекреационных учреждений и сопутствующих предприятий инфраструктуры, объединенных тесными производственными связями, а также совместным использованием географического положения, природных и экономических ресурсов территории, занимаемой комплексом» [6, с. 40], отметим, что он также является ведущей формой организации туристской деятельности населения.

Из 38 районов, входящих в состав Краснодарского края, 12 относятся к числу наиболее перспективных для развития туризма – это, в первую очередь, территории Черноморского побережья, а также предгорья Северного Кавказа и район Азовского моря. Названные территории выгодно отличаются разнообразием своего туристско-рекреационного предложения, основанного в числе прочего на уникальности климатических и природных факторов и активном развитии курортной инфраструктуры, а также многообразии культур народов и этносов, их населяющих. Вместе с тем вопрос продвижения туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края через формирование его привлекательности остается открытым, во многом уступая результатам аналогичной деятельности, осуществляемой заграничными конкурентами. Так, несмотря на то, что Краснодарский край

является лидером страны по пляжному отдыху и ряду видов санаторно-оздоровительного лечения, и «в 2018 году курорты Краснодарского края приняли более 17 млн туристов, что на 1 млн чел. больше прошлогоднего турпотока в регионе и на 800 тыс. чел. выше ранее определенного прогнозного показателя» [7], его туристско-рекреационный комплекс нуждается в активной популяризации и продвижении. Так, в Концепции развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края на период до 2030 года [4], разработанной на основании Закона Краснодарского края от 29 апреля 2008 года № 1465-КЗ «О Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года» [2], указывается на то, что к числу важнейших проблем, затрудняющих развитие туристско-рекреационного комплекса края, относится малая эффективность системы его продвижения. В Концепции отмечено, что факторами, значительно тормозящими и внутренний, и внешний турпотоки являются «слабые представления о курортах края как развитых центрах индустрии развлечений и проведения крупных событий культурной, общественной, спортивной жизни страны, недостаточные вложения в маркетинг и продвижение санаторно-курортного и туристского комплекса региона по сравнению с ключевыми зарубежными туристическими регионами-конкурентами» [4]. Последнее может быть устранено посредством различных способов, из которых самым действенным является формирование привлекательного имиджа как туристско-рекреационного комплекса края в целом, так и отдельных его территорий.

Определяя имидж как «целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления или предмета, выделяющий определенные ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-то в целях популяризации, рекламы и т.д.» [6, с. 215], в отношении территории он понимается, как сложившаяся в общественном мнении совокупность представлений о ней, сформированная и на основании собственного опыта, и на иных (сторонних) источниках

информации (СМИ, слухи и проч.). В значении маркетинговой категории имидж территории расценивается в роли ведущего фактора ее привлекательности, а значит и конкурентоспособности, выгодно отличая от других: «...имидж территории можно трактовать как целенаправленно сформированный образ той или иной территории, обладающий определенными ценностными характеристиками и призванный оказывать воздействие на потребителей с целью обеспечения конкурентоспособности территории и привлечения в нее дополнительных ресурсов» [5, с.30].

Таким образом, цель деятельности по формированию благоприятного имиджа туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края заключается в привлечении населения РФ (включая не только проживающих в других регионах, но и крае) и зарубежья, но она также во многом определяет положительную репутацию края в целом по стране, повышая его инвестиционную привлекательность. Кроме того, являясь одним из механизмов реализации государственной стратегии экономического и социокультурного развития РФ, положительный имидж туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края привлекает внимание федеральной власти не только к достижениям, но и к проблемам края, способствуя их разрешению.

Формирование имиджа туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края реализуется в деятельности субъектов экономического и социального развития различных сфер народного хозяйства и ведомственной принадлежности – туристскими организациями, учреждениями здравоохранения, предприятиями общественного питания и транспорта. Однако важнейшую роль в реализации этой задачи играют и краевые учреждения культуры. – Так, в Концепции развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края подчеркивается, что его привлекательность во многом обеспечивается «Государственным академическим театром драмы, Краснодарским краевым театром кукол, Краснодарским государственным цирком, Краснодарским краевым

художественным музеем им. Ф.А. Коваленко, Краснодарским государственным историко-археологическим музеем-заповедником им. Е.Д. Фелицына, выставочным залом изобразительных искусств» [4]. Вместе с тем не стоит недооценивать значение деятельности данного направления, осуществляемой учреждениями культуры, находящимися в муниципальных образованиях, входящих в туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края. Так, ежегодно в зонах, входящих в краевой туристско-рекреационный комплекс, проводится значительное число праздничных мероприятий федерального масштаба, однако все же большая часть культурно-массовой работы как с населением, постоянно проживающим на этих территориях, так и с приезжающими рекреантами, осуществляется именно силами специалистов муниципальных культурно-досуговых учреждений. Безусловно, такие масштабные социокультурные мероприятия, как Олимпиада 2014 года в Сочи, популярные кинофестивали и спортивные праздники общероссийского международного уровня, проводимые на территориях, включенных в туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края, оказывают огромное воздействие на формирование его имиджа. Вместе с тем большая доля работы данного направления возложена именно на специалистов учреждений культуры муниципальных образований, функционирующих на территориях, входящих в краевой туристско-рекреационный комплекс.

Муниципальные учреждения культуры, осуществляющие свою деятельность в рекреационных зонах Азово-Черноморского побережья и предгорьях Северного Кавказа, задействованы в работе по организации и проведению культурно-массовых мероприятий, традиционно вызывающих интерес не только местного населения, но и приезжающих. Так, фестивали, театрализованные представления, карнавалы и праздники, проводимые в населенных пунктах, находящихся на территориях туристско-рекреационного комплекса края, во многом формируют его образ как благоприятного места для отдыха и развлечений, тем самым усиливая его привлекательность.

Важно и то, что массовые досуговые мероприятия, обращенные не к какой-то определенной возрастной категории или социальной группе, но ко всем, способны средствами театрализации и праздничной культуры оказать эмоциональное воздействие на участников, в художественной форме продвигая и закрепляя в их сознании идею о приоритетности отдыха на определенной территории. Отличающиеся спецификой проведения и работы с аудиторией массовые культурно-досуговые мероприятия, посвященные открытию (или завершению) курортного сезона, общероссийским или локальным праздникам, этно-фольклорные фестивали и театрализованные представления, организуемые без определенного календарного повода и в течение года, оказывают идейно-эмоциональное воздействие на своих участников, благоприятно отражающееся на восприятии ими курортно-рекреационной территории в целом. Имея в виду, что в последние несколько лет в стране развивается событийный туризм (новое направление туристской деятельности населения, предполагающий поездки в места проведения спортивных, праздничных и иных социокультурных мероприятий), именно работа муниципальных учреждений культуры, осуществляющих работу на территориях туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края, способна во многом развить данное направление. Иными словами, деятельность муниципальных учреждений культуры, направленная на продвижение и популяризацию краевого туристско-рекреационного комплекса, вносит значительный вклад в формирование его имиджа, воспринимаясь туристами в значении дополнительного подтверждения разнообразия форм отдыха, предлагаемых Краснодарским краем. Так, отмечаемая в последние годы активизация интереса к туристско-рекреационному комплексу края, проявляемая как со стороны рекреантов, так и инвесторов, хотя и является следствием целенаправленной работы различных ведомств и организаций, но немалая доля ее положительного результата является заслугой муниципальных учреждений культуры. Безусловно, положительно влияющие на формирование привлекательного

имиджа Краснодарского края муниципальные учреждения культуры должны целенаправленно реализовывать деятельность данного направления, расширяя диапазон форм мероприятий, направленных на продвижение и брендинг своих территорий, входящих в краевой туристско-рекреационный комплекс.

### **Список используемой литературы:**

1. *Абелян Р.В.* Оценка туристического потенциала Краснодарского края // Молодой ученый. 2018. №50. С. 109–111.

2. Закон Краснодарского края от 29 апреля 2008 года № 1465-КЗ «О Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года». URL: <http://docs.cntd.ru/document/461601815>

3. Имидж // Современный словарь иностранных слов. М., 2005. С.215.

4. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края на период до 2030 года. URL: <http://www.min.kurortkuban.ru/dokumenty/normativnye-akty>

5. *Логунцова И.В.* Имидж российских территорий как объект управления // Вестник Московского университета. Серия 21: управление (государство и общество). №1. 2011. С. 29–38.

6. *Мальшева Г.М.* Размещение туристских ресурсов и стратегия управления их развитием: лекции. М., 2005. 140 с.

7. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Официальный сайт. URL: <https://www.russiatourism.ru/>