

**ГОЛУБЧИКОВ Юрий Николаевич^а,
КРАЮХИН Александр Николаевич^б,
КРУЖАЛИН Виктор Иванович^в,
ТИКУНОВ Владимир Сергеевич^г**

УДК 528.94

DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10406

^{а, в, г} *Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Москва, РФ);*

^а *кандидат географических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник; e-mail: golubchikov@list.ru;*

^б *ФГУП «Производственное картосоставительское объединение «Картография» (ПКО «Картография») (Москва, РФ); генеральный директор; e-mail: krayukhin@atkar.ru;*

^в *доктор географических наук, профессор, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма;*

^г *доктор географических наук, профессор, главный научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории комплексного картографирования*

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ АТЛАС КАК ИНСТРУМЕНТ ИМИДЖЕВОГО ВОЗВЫШЕНИЯ РОССИИ

В деятельности каждого производства огромное значение придается рекламе продукции. Из всех отраслей экономики больше всех заинтересована в рекламировании своей страны ориентированная на внутренний въезд туриндустрия. Задача Атласа туризма потребует привлечения для его создания материала из всех отраслей физической и социально-экономической географии, а также характеристики их связей с историей и политикой. Важно также хорошее представление России в мировом информационном пространстве. В статье обосновывается основа будущей концепции, структура и сферы практического применения.

Ключевые слова: *Национальный туристический атлас, концепция, структура, сферы практического применения.*

В деятельности каждого производства огромное значение придается рекламе продукции. А у самой огромной страны ни одно ведомство не озабочено ни её рекламированием, ни украшением, ни имиджевым продвижением. Под имиджем в данном контексте понимается система представлений о государстве или регионе, специально сконструированная для решения определенных задач. Хороший имидж необходим для решения любых задач, где речь идет о выборе, который должен быть выполнен в пользу данной территории (привлечении инвестиций, туристов) [1, 3].

Из всех отраслей экономики больше всех заинтересована в возвышении своей страны ориентированная на внутренний въезд туриндустрия. Очевидно, что благодаря лишь туризму Россия стала одним из крупных финансовых доноров для многих стран мира. На цели рекламирования

России в мировом туристском пространстве выделяется 5 млн. евро в год, а по европейским странам – в среднем около 30 млн. евро (в Испании – 76 млн. евро, в Турции – 112 млн. евро) [2]. Для авторитета государства конструирование притягательного портрета сегодня становится поважнее укрепления военно-экономического могущества. На этот заказ ежегодно выделяются средства, входящие в число приоритетных расходных статей государственного бюджета. Хотя многое сделано по повышению туристической привлекательности России после того, как Попечительский совет РГО возглавил В. В. Путин, а президентом РГО стал С. К. Шойгу.

Лучшее, что можно сделать для конструирования России как великой туристической державы, это прививать любовь к ней. А любовь начинается с восхищения. У нас есть чем восхищаться. Это наши

имперские атрибуты, которых мы как бы стесняемся, наше положение на перекрестке цивилизаций, великий русский язык, уникальная русская культура. Россию постоянно обновляла бурная история катастроф. Хотя прошлое нас скорее разделяет. История России систематически искажалась и сводилась от 1000-летней к 70-летней, то к 300-летней, то вообще непонятно какой. Связывает нас география России. Если какая-то ее часть будет отринута, то обратно ее уже не вернут. «Сегодня нам как никогда нужна национальная география! География, которая способствует реализации национальных интересов», – отмечает Президент РГО С. К. Шойгу¹.

Задача конструирования национальной географии требует единения её физической и экономической ветвей, связи их обеих с историей и политикой и, главное, продвижение России в мировом информационном пространстве. Может быть, конструировать национальную географию России следует с создания Национального туристического Атласа, направленного на возвышение страны и её имиджевое продвижение в информационно-культурном пространстве.

Представляется, что ориентирован такой Атлас должен быть на четыре группы пользователей: 1) представителей фундаментальной науки; 2) лиц, принимающих решения, 3) специалистов разных отраслей науки, экономики, культуры, связанных с реализацией планов развития туризма; 4) преподавателей, студентов и учащихся.

Для лиц, принимающих решения, справочный характер карт Атласа послужит своего рода базой данных, соответствующей задачам развития туризма в России. Это будет не просто система обеспечения информацией представителей разных социальных групп, а система информационного взаимодействия и воздействия на управление территорией в направлении оптимизации ее использования как туробъекта, минимизации негативных

последствий развития туризма и обеспечения планов его устойчивого развития.

Атлас будет востребован самыми широкими слоями населения страны и ее гостями. На страницах этого иллюстрированного издания читатель найдет туристические карты всех административных районов Федерации, важнейшие автомобильные и железные дороги, водные пути, схемы и другую полезную и занимательную информацию. В Атласе будет представлен полный алфавитный указатель географических названий и богатый справочный материал о районах России (столицы, площади территорий, население, гербы).

Атлас сэкономит время на поиски нужной информации о ресторанах, магазинах, ярмарках-продажах сувенирной продукции и многом другом. Интернет и мобильник предоставили сегодня человеку чрезвычайно высокую степень мобильности и автономности. Без помощи турагентов путешественник может теперь в сжатые сроки самостоятельно бронировать туристические услуги. Гид теперь у туриста на планшете или мобильнике. Поэтому Туристический атлас «Россия» будет сопровождаться онлайн версией электронного мини-атласа, нового поколения (версией миниатласа) доступного пользователю мобильного устройства (с 3-х и до 5-и дюймовыми дисплеями) в любом месте и в любое время. Ориентированный на оперативный и мобильный поиск, визуализацию, структурно-концептный анализ и интерпретацию разнообразной пространственно-временной информации онлайн мини-атлас облегчит приобретение новых (карто)туристических знаний.

На первых этапах выполнения проекта будет создана серия первоочередных базовых карт, являющихся основой для создания широкого круга производных карт и цифровой банк данных (программа минимум). Разработка Атласа будет вестись совместными усилиями специалистов Географического факультета МГУ им. Ломоносова и Роскартографии. Творческий коллектив разработчиков Атласа располагает необходимой информацией для проведения авторских разработок карт на территорию России и отчасти зарубежных территорий, а также обладает необходимым

¹ Речь Президента РГО С.К. Шойгу на Арктическом форуме 21.09.2010. URL: <http://www.rgo.ru/2010/09/shoigu-razvitie-nacionalnoj-geografii-dolzno-sluzhit-interesam-rf/>

опытом работы в реализации комплексных картографических проектов, подобных предлагаемому. Процесс разработки и издания Атласа может быть представлен как крупное общественное событие, включающее в себя проведение конференций, презентаций с привлечением зарубежных ученых и специалистов. Первоначально Атлас будет размещен как рекламно-познавательный продукт на сайте в сети Интернет.

Главными объектами содержания Атласа явятся:

- рекреационно-туристические ресурсы Российской Федерации, характеризующиеся как часть природно-ресурсного потенциала, которые используются и в других отраслях хозяйственной деятельности;

- совокупность рекреационно-туристических объектов, являющихся базисом для осуществления туристской деятельности;

- туристический атлас явится первой отечественной электронной мультимедийной атласной системой. Совместная работа специалистов по информационным технологиям, СМИ-дизайнеров, картографов, лингвистов, географов открывает новую эру создания иллюстративных атласов для смартфонов и планшетов по краеведческим и туристическим темам.

Национальный туристический атлас России – фундаментальное картографическое произведение. Фундаментальность Атласа обеспечивается основательно и глубоко проработанным содержанием всех позиций современного рекреационно-туристического использования территории, а также путем сочетания синтетических и аналитических подходов к изображению:

- общих закономерностей формирования рекреационно-туристических комплексов, количественных и качественных характеристик их отдельных элементов;

- взаимосвязей между различными элементами природной, социальной и экономической сфер.

Комплексность Атласа достигается путем использования принципов системного картографирования, предполагающих содержательную согласованность и взаимосвязанность всех материалов Атласа.

По содержанию карт Атлас относится к типу комплексных, дающих

пространственно-обобщенные, систематизированные и сопоставимые сведения о природных ресурсах и их использовании, истории, культуре, населении, экономике, экологической ситуации в стране. Содержание карт ориентировано на возможно полное раскрытие рекреационно-туристического потенциала территории.

Новый тип Атласа обеспечивается совмещением научно-справочной функции и научно-популярной формы подачи информации.

По особенностям текстового и иллюстрационного материалов, их роли в отражении основных идей концепции Атлас относится к информационно-оценочному типу. Исходя из этого в атласе решаются следующие задачи:

- комплексного и всестороннего отображения территории России как уникального природно-хозяйственного образования;

- сочетания наглядности, научной достоверности и информативности на основе широкого использования картографических, текстовых и иллюстративных (таблицы, графики, фотографии и др.) материалов;

- исключения из легенд и условных обозначений к графическим материалам излишне сложных научных конструкций или включением пояснений научных терминов.

Туристический атлас России – многоцелевое картографическое произведение. Он будет представлять из себя *информационно-справочное издание*, содержащее наиболее современную и максимально детализированную информацию. По сути, он явится базой данных и туристским порталом, соответствующим задачам продвижения туристских дестинаций. Атлас инициирует междисциплинарные географические направления, а также связывает географические и не географические направления по созданию и использованию новых информационных продуктов (электронных атласов с картографическими и не картографическими традициями). Атлас будет раскрывать зависимость качества жизни от туризма, предлагать экологически безопасные методы туристического освоения и имиджевые технологии.

Атлас можно рассматривать в качестве образовательного издания – пособия для всех уровней просвещения, от школ и вузов до общественных и государственных организаций. Изложение материала будет сочетать высокий научный уровень и доступный язык. Туристские карты атласа явятся путеводителями по России, раскрывающими ее историко-духовное значение, биоландшафтное и культурно-бытовое разнообразие.

Начинаться Атлас будет с разворота «Российская Федерация на карте мира». Следующий разворот будет содержать карту государственно-административного устройства Российской Федерации – своеобразный ключ ко всему Атласу.

Последующие развороты Атласа выстраиваются по Федеральным округам России и их главным городам. На детальной карте города можно быстро и легко найти нужную улицу, музей, туристическое агентство, театр, концертный зал, ресторан или гостиницу, а также множество другой информации, необходимой тому, кто решил окунуться в неповторимую красоту российского города. Уникальные схемы и планы станут гидами пользователя по залам музеев, зоопарков, ботанических садов. Карты городов будут сопровождаться исчерпывающей информацией и дельными советами, позволяющими туристу осматривать достопримечательности, ходить по магазинам, наслаждаться местной кухней, планировать свой досуг.

По сравнению с традиционными печатными изданиями, электронная версия мини-атласа предоставит доступ к онлайн информации и сервисам. На них можно будет резервировать места проживания, создавать пакетные туры, получать интерактивное представление о туристических местах. Особое место будет уделено доступности к многоязыковым информационным услугам, интерактивным картам, планированию самостоятельных туров, информации о текущих аттракционах, событиях, экскурсиях и возможностях размещения. В целях привлечения возможно большего числа туристов необходимо также создание на основе Атласа наподобие предложенного для Великого Шелкового пути [13].

Специфика онлайн-версии Атласа заключена в освоении обыденных интерпретаций пространства индивидами и группами людей, получивших название вернакулярных (от vernacular – местный, народный, обыденный) районов. Среди виртуальных картин различных субъектов о пространстве и месте главенствуют те, что были когда-то отнесены В. С. Преображенским [5, 6] к бытовой геоэкологии. Это пейзажная аттрактивность, криминогенная обстановка, районы различной дифференциации цен, инфраструктурные и экологические рутины повседневной жизни и иные продукты сотворчества местных знаний, объектов и пространства. Перед географической наукой выдвигается задача освоения обыденных интерпретаций пространства индивидами и группами людей [11, 12]. Долгое время обыденные представления людей о пространстве считались ненаучными и воспринимались учеными как предрассудки. Но, как отмечает Д. В. Николаенко [4], помимо знания профессиональных географов, есть разнообразное географическое знание непрофессионалов. Они относительно самостоятельны и реально сосуществуют, у каждого свои достоинства и недостатки, их невозможно редуцировать друг к другу. И нет оснований оценивать обыденное географическое знание как некий второй сорт.

Выделение вернакулярных (виртуальных) районов, как бы далеко они ни расходились со статистикой или «объективной» геометрией территории, утверждает как важный вклад географии в общенаучную методологию. Этот подход привнес в географию семантический анализ пространства разными социокультурными и этнокультурными группами, символику смысла и ценности места, топофильные и топофобные образы [7–10].

Вернакулярные районы нередко представляют реальную ситуацию в более яркой и символической форме. Например, по привычным картам можно не понять, что специфику некоего селения определяет полигон твердых бытовых отходов или своеобразие такого населенного пункта заключено в контролирующей его бандитской этнической группировке. Но они будут

Обращение Президента РФ		7	
Предисловие Руководителей авторского коллектива Атласа		8	
1. Российская Федерация на карте мира	1.1. Россия между Евросоюзом и Китаем	14	
	1.2. Россия между США и Индией	16	
	1.3. Мы среди других (туристские рейтинги, индексы, цифры)	18	
	1.4. Управление туристической отраслью	19	
	1.5. Регионы РФ (краткий обзор)	22	
2. Территориальная организация	2.1. Природное районирование	29	
	2.2. Экономическое районирование	31	
	2.3. Государственно-административное устройство Российской Федерации	33	
3. Транзитный и транспортный потенциал	3.1. Существующие евразийские транзитные потоки	38	
	3.2. Будущие евразийские транзитные потоки	39	
	3.3. Железные дороги	40	
	3.4. Воздушный транспорт	43	
	3.5. Автодороги	44	
	3.6. Личный транспорт	66	
4. Природно- рекреационный потенциал России	4.1. Климатические ресурсы	57	
	4.2. Пляжи	58	
	4.3. Горы	59	
	4.4. Где лучше лечиться? Курорты и санатории	60	
	4.5. Ландшафтотерапия	62	
	4.6. Качество окружающей среды	68	
5. Федеральные округа	5.1. Центральный ФО	5.1.1. Москва	73
	5.2. Северо-западный ФО	5.2.1. Санкт-Петербург	103
	5.3. Южный ФО	5.3.1. Ростов-на-Дону	133
		5.3.2. Сочи	
		5.3.3. Севастополь	
	5.4. Северо-Кавказский ФО	5.4.1. Пятигорск, КМВ	163
	5.5. Приволжский ФО	5.5.1. Нижний Новгород	193
		5.5.2. Казань	
5.6. Уральский ФО	5.6.1. Екатеринбург	210	
5.7. Сибирский ФО	5.7.1. Новосибирск	240	
	5.7.2. Иркутск		
	5.7.3. Красноярск		
	5.7.4. Томск		
5.8. Дальневосточный ФО	5.8.1. Хабаровск	280	
	5.8.2. Владивосток		
6. Инвестиции и бюджетная политика предприятий туриндустрии	6.1. Как формируется бюджет турбизнеса	312	
	6.2. Как распределяется бюджет турбизнеса	313	
	6.3. Основные федеральные программы по развитию туризма	316	
	6.4. Место регистрации крупнейших компаний	327	
Библиография		350	
Географический указатель		360	

Рис. 1 – Проект содержания Национального туристического атласа России

Fig. 1 – The draft of content of the National Tourism Atlas of Russia

главенствующими в вернакулярных представлениях.

Следующий раздел атласа посвящен природно-рекреационным ресурсам России. Атлас предложит путешественникам маршруты по самым привлекательным, красивым местам России, подскажет, как составить план поездки по желанию и настроению – на день-другой или на целую неделю, услугами какой туристической компании можно воспользоваться или предпринять маршрут самостоятельно. Атлас раскроет все разнообразие российских ландшафтов – от севера до юга, от наиболее крупной в северном полушарии дельты Лены и Новосибирских островов до Северного Кавказа, от покрытых льдами и снегами высокогорных вершин до сказочно красивой лесостепи Центральной России. Рассказ о каждом из районов связан с определенными темами, избранными по единому принципу и с единой целью – сообщить самые увлекательные, характерные и оригинальные сведения о каждом из городов, сел и районов Федерации.

Здесь же – необходимая информация о местах охоты и рыбалки (в том числе подледной). Ведь Россия – настоящее рыболовное и охотничье Эльдorado. В Атласе есть все о рыболовных базах, кемпингах, охотничьих хозяйствах. Обширный материал о технике и тактике охоты и рыбной ловли позволит превратить отдых в настоящее сафари. Есть в нем и практические советы

о том, как правильно разбить бивак, оказать первую медицинскую помощь, сориентироваться на местности.

В Атласе будет содержаться также особый раздел «Инвестиции и бюджетная политика предприятий туристической индустрии», где будут подробно показаны ее экономические, природно-сырьевые и рекреационно-туристические богатства, уникальное географическое положение, законодательно-управленческие условия деятельности инвесторов.

Проект содержания Национального туристического Атласа показан на рис. 1.

Авторы очерков и фотографии живо и наглядно, с большим знанием дела и подчас под неожиданным углом зрения представят самые интересные объекты. Свыше 750 цветных фотографий путеводителя будут представлены работами победителей конкурсов РГО. Они откроют великолепные виды природы России, тундры и тайги, степи и гор, самых чистых из крупных рек планеты – Лены, Енисея, Алдана, Вилюя.

Методологической основой разработки атласа является использование принципов системного картографирования, предполагающих создание каждого из разделов атласа и отдельных карт внутри этих разделов как части единого целого. Внутреннее единство атласа отражается как в его содержании, так и в методах и средствах картографического отображения.

Список источников:

1. **Багров Н. В., Швец А. Б., Самулев А. А.** Географическая имиджология: свидетельство о рождении // Культура народов Причерноморья. 2001. № 25. С. 187–194.
2. **Быстров С. А.** Региональные аспекты налоговой политики: адаптация мировой туристской практики к регионам Российской Федерации // Вестник СПбГУ. 2016. Сер. 7. Вып. 1. С. 90–102.
3. **Грибок М. В.** Геоинформационный метод исследования образов регионов России в средствах массовой информации // Известия РАН. Серия географическая. 2009. № 3. С. 118–126.
4. **Николаенко Д. В.** Рекреационная география. М.: Гум. изд. центр ВЛАДОС, 2001. 288 с.
5. **Преображенский В. С.** Бытийный географизм и географическая наука // Изв. АН СССР, Сер. геогр. 1993. № 3. С. 40–54.
6. **Преображенский В. С.** Бытовой географизм // География. Приложение к газете «Первое сентября». 1997. № 25.
7. **Смирнягин Л. В.** Возможности и потребности заимствований теоретических основ западной географии // Теория социально-экономической географии: современное состояние и перспективы развития: Мат. Междунар. науч. конф. (Ростов-на-Дону, 4–8 мая 2010 г.). Ростов-н/Д., 2010. С. 78–82.
8. **Смирнягин Л. В.** Методические подходы к районированию в общественной географии // Вестник МГУ, Сер. 5. География. 2011. № 6. С. 13–19.

9. **Стрелецкий В. Н.** Культурная география в России: особенности формирования и пути развития // Известия РАН, Сер. географ. 2008. № 5. С. 21–33.
10. **Стрелецкий В. Н.** Культурная география в странах Запада и России: пути формирования и современная самоидентификация // Теория социально-экономической географии: современное состояние и перспективы развития: Мат. Междунар. науч. конф. (Ростов-на-Дону, 4–8 мая 2010 г.). Ростов-н/Д., 2010. С. 257–265.
11. **Gerlach J.** Vernacular mapping and the ethics of what comes next // *Cartographica*. 2010. № 45. P. 165–168.
12. **Gerlach J.** Lines, contours and legends: Coordinates for vernacular mapping // *Progress in Human Geography*. 2014. Vol.38(1). P. 22–39.
13. **Tikunov V. S., Belozеров V. S., Antipov S. O., Weihong C., Purevjav D.** Geoinformation technologies in the promotion of tourist destinations in the zone of the Great Silk Road // *Geography, Environment, Sustainability*. 2017. № 10(1). P. 44–52.

Yuriy N. GOLUBCHIKOV ^a,
Alexander N. KRAYUKHIN ^b,
Viktor I. KRUZHALIN ^c,
Vladimir S. TIKUNOV ^d

^{a, c, d} *Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia);*

^a *PhD in Geography, Senior Researcher, Leading Researcher;*
e-mail: golubchikov@list.ru;

^b *Mapping Production Association “Kartografija” (Moscow, Russia);*
CEO; e-mail: krayukhin@atkar.ru;

^{c-d} *PhD (Dr. Sc.) in Geography, Professor*

NATIONAL ATLAS OF TOURISM AS A TOOL FOR IMAGE-RISE OF RUSSIA

Advertising products is of great importance in the activities of every production. The travel industry, focused on domestic tourism, is best interested in country advertising among others branches of economy. The aims of Atlas of tourism will require the information and knowledge from all branches of the physical and socio-economic geography and characteristics of their connections with history and politics. It is also important a good representation of Russia in the world information space. The article explains the basis of the future concept, structure and fields of practical application.

Keywords: *National Atlas of Tourism, concept, structure, areas of practical application.*

References

1. **Bagrov, N.V., Shvec, A.B., & Samulev, A.A.** (2001). Geograficheskaya imidzhologiya: svidetel'stvo o rozhdenii [Geographic imageology: birth certificate]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ja [Culture of Peoples of Black Sea Coast]*, 25, 187–194. (In Russ.).
2. **Bystrov, S.A.** (2016). Regional'nye aspekty nalogovoj politiki: adaptaciya mirovoj turistskoj praktiki k regionam Rossijskoj Federacii [Regional aspects of tax policy: adaptation of the world tourism practice to RF regions]. *Vestnik SPbSU [Vestnik of Saint Petersburg University], Earth Sciences*, 1, 90–102. (In Russ.).
3. **Gribok, M.V.** (2009). Geoinformacionnyj metod issledovaniya obrazov regionov Rossii v sredstvakh massovoj informacii [Geoinformational method for studying images of Russian regions in the mass media]. *Izvestiya Rossijskoj Akademii Nauk. Seriya geograficheskaya*, 3, 118–126. (In Russ.).
4. **Nikolaenko, D.V.** (2001). *Rekreacionnaya geografija [Recreational geography]*. Moscow: Humanitarian publishing center VLADOS. (In Russ.).
5. **Preobrazhenskiy, V.S.** (1993). Bytijnij geografizm i geograficheskaya nauka [Existential knowledge of geography and Geographic science]. *Izvestiya Akademii nauk SSSR. Seriya geograficheskaya*, 3, 40–54. (In Russ.).
6. **Preobrazhenskiy, V.S.** (1997). Bytovoij geografizm [Everyday knowledge of geography]. *Geografiya: Prilozhenie k gazete “Pervoe sentyabrya” [Geography. Supplement to the newspaper “The First of September”]*, 25. (In Russ.).
7. **Smirnyagin, L.V.** (2010). Vozmozhnosti i potrebnosti zaimstvovaniij teoreticheskij osnov zapadnoj geografii [Opportunities and needs of borrowing the theoretical foundations of Western geography]. In book: *Teoriya socialno-ekonomicheskoy geografii: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya [Theory of socio-economic geography:*

- Current state and development prospects*]: Materials of the International Scientific Conference. Rostov-on-Don, 78–82. (In Russ.).
8. **Smirnyagin, L.V.** (2011). Metodicheskie podhody k rajonirovaniyu v obshchestvennoj geografii [Methodical approaches to zoning in public geography]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Ser. 5. Geografija [Moscow University Bulletin. Series 5, Geography]*, 6, 13–19. (In Russ.).
 9. **Streleckiy, V.N.** (2008). Kulturnaya geografiya v Rossii: osobennosti formirovaniya i puti razvitiya [Cultural geography in Russia: features of formation and ways of development]. *Izvestiya Rossiiskoi Akademii Nauk. Seriya geograficheskaya*, 5, 21–33. (In Russ.).
 10. **Streleckiy, V.N.** (2010). Kulturnaya geografiya v stranah Zapada i Rossii: puti formirovaniya i sovremennaya samoidentifikatsiya [Cultural geography in Western countries and Russia: The ways of formation and modern self-identification]. In book: *Teoriya socialno-ekonomicheskoy geografii: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya [Theory of socio-economic geography: Current state and development prospects]*: Materials of the International Scientific Conference. Rostov-on-Don, 257–265. (In Russ.).
 11. **Gerlach, J.** (2010). Vernacular mapping and the ethics of what comes next. *Cartographica*, 45, 165–168.
 12. **Gerlach, J.** (2014). Lines, contours and legends: Coordinates for vernacular mapping. *Progress in Human Geography*, 38(1), 22–39.
 13. **Tikunov, V. S., Belozеров, V. S., Antipov, S. O., Weihong, C., & Purevjav, D.** (2017). Geoinformation technologies in the promotion of tourist destinations in the zone of the Great Silk Road. *Geography, Environment, Sustainability*, 10(1), 44–52.

Голубчиков Ю.Н., Краюхин А.Н., Кружалин В.И., Тикуннов В.С. Национальный туристический атлас как инструмент имиджевого возвышения России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. № 4. С. 69–76. DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10406.

Дата поступления статьи: 15 января 2018 г.

Golubchikov, Yu.N., Krayukhin, A.N., Kruzhalin, V.I., & Tikunov, V.S. (2018). National Atlas of Tourism as a tool for image-rise of Russia. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 12(4), 69–76. doi: 10.24411/1995-0411-2018-10406. (In Russ.).

Received January 15, 2018

TOURDIGEST

TOURDIGEST



БРЕНД-ИДЕНТИФИКАЦИЯ ТЕРРИТОРИЙ: НОВАЯ ПРАГМАТИЧНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

В 2016 г. в издательстве «Совпадение» вышла в свет монография, посвященная сравнительному анализу, систематизации и классификации смысло- и формообразования бренд-идентификации городского, регионального и глобального брендинга стран мира. Введение понятия «бренд-идентификация» применительно к территориальному брендингу позволяет наиболее адекватно определить и выделить данную предметную область, а также устранить методологическую и терминологическую путаницу. Книга представляет практический интерес для заказчиков, разработчиков и бренд-менеджеров в области территориального брендинга и маркетинга.

Автор книги – Павел Родькин – кандидат искусствоведения, эксперт в области брендинга и визуальных коммуникаций, член жюри Всероссийского конкурса «Туристический бренд России».

По материалам: *prdesign. ru, tourbrand. russia. travel*