

## РЕЦЕНЗИЯ

*Официального оппонента на диссертацию Рены Рафаэловны Варданян по теме «Роль информации СМИ в формировании туристической привлекательности в РА», представленной на соискание ученой степени кандидата наук по специальности 24.03.01 «География».*

### **1. Актуальность диссертации.**

Работа состоит из введения, 4 глав, заключения и предложений. Список литературы состоит из 82 наименований. В работе имеется 4 приложения, 14 графиков, 1 таблица, 40 рисунков, а также 4 многофакторные регрессионные модели. Работа изложена на 115 страницах.

В работе диссертант отмечает особую роль туризма в развитии современного общества. Действительно, XXI век можно назвать эпохой туризма. Туризм – это один из продуктов цивилизации. В современном мире одной из закономерностей развития общества стала его информатизация. Средства массовой информации становятся транслятором и усилителем новой среды, формируют общественное сознание и способствуют созданию определенного имиджа страны в целом, в том числе и привлекательность туристической дестинации.

### **2. Цель и задачи работы.**

Диссертантом Р.Варданян была поставлена цель выявить роль средств массовой информации в популяризации туристических территорий, а также проследить роль СМИ в создании привлекательного туристического образа данной территории. В связи с этим автором были поставлены следующие задачи:

Проанализировать совокупность факторов, которые приводят к притягательности образа туристической территории, определить роль СМИ в формировании бренда туристической дестинации и проследить этапы становления туристических средств

массовой информации как решающего фактора в создании бренда туристической дестинации.

Провести сравнительный анализ туристических потоков в РА с целью выявить роль СМИ в формировании туристических дестинаций в нашей стране.

Оценить влияние СМИ на узнаваемость туристической дестинации при помощи многофакторной регрессионной модели.

Проанализировать роль СМИ в положительном опыте разных стран в вопросе продвижения туристических территорий.

Выявить символы, создающие узнаваемый образ страны и определить роль СМИ в формировании определенного имиджа данной туристической территории и проследить взаимосвязь между успехом той или иной туристической дестинации и имиджем данной туристической территории.

### ***3. Содержание и оценка диссертационной работы.***

*В первой главе* диссертантом проанализирована и выявлена роль средств массовой информации в регулировании общественного сознания, в том числе и в формировании благоприятного образа туристической территории. Здесь также проанализированы этапы становления туристических информационных систем.

*Во второй главе* диссертантом проанализированы туристические потоки в РА в период независимости, выявлена особенность их распространения, а также выявлена роль масс-медиа в усилении туристического потенциала РА. Во второй главе анализ роли влияния СМИ на узнаваемость туристической дестинации осуществлен при помощи многофакторной регрессионной модели. Результаты исследования позволили диссертанту прийти к определенным значимым заключениям и представить имеющие практическую и научную ценность предложения.

*В третьей главе* диссертант представил результаты своих исследований, касающиеся опыта эффективного применения средств массовой информации в продвижении и популяризации туристических дестинаций. Глубоко и всесторонне

проанализирован опыт эффективного применения СМИ на примере ряда стран, в частности, Чехии, Венгрии, Грузии и России. Анализ развития туристической индустрии этих стран с точки зрения эффективного и грамотного применения масс-медиа при продвижении туристических территорий в дальнейшем спроецирован на возможное его применение при решении задач, связанных с популяризацией и продвижением Армении как привлекательной туристической дестинации.

*В четвертой главе* работы диссертант приводит анализ формирования туристического имиджа страны, сопоставляя его с географическим образом страны. В данном контексте заслуживает внимания выявление автором основных компонентов туристического имиджа и обоснование роли СМИ в создании узнаваемого образа страны как критерия привлекательности ее туристического имиджа. В связи с этим диссертантом проведен подробный анализ национальных символов ряда стран, таких, как Монголия, Канада, Франция, Испания, Португалия, Япония, Россия, Греция. Особую роль в этом контексте диссертант уделил анализу символов Армении, акцентируя роль средств массовой информации как самостоятельного социально-политического института, способного формировать и даже корректировать по своему усмотрению общественное сознание, создавая определенный имидж конкретной туристической дестинации. Заслуживает внимания выявления диссертантом связки между “чувством бренда”(по словам диссертанта) и медиа-пространством.

#### ***4. Степень разъяснения и достоверности представленных в диссертации научных положений и заключений.***

Диссертантом был представлен к защите ряд научных положений.

Создание бренда туристической дестинации является одним из основных критериев привлекательности данной туристической территории.

В результате сравнительных исследований была выявлена недостаточность узнаваемости туристического образа Армении как следствие слабых информационных потоков от республики Армения к остальному миру.

Была выявлена роль информационного пространства в усилении туристической привлекательности стран, не имеющих морского побережья, и имеющих выход к морю.

Выделен узнаваемый образ страны, региона или туристической дестинации как критерий туристической привлекательности.

Выявлена связь имиджа туристической территории и целенаправленных информационных потоков.

Диссертантом также были представлены соответствующие защищаемым положениям заключения.

Представленные автором научные положения и заключения подробно и всесторонне освещены и разъяснены, а также вполне достоверны. Опубликованные Р.Р.Варданян работы соответствуют теме диссертации.

#### ***5. Научное и практическое значение диссертации.***

Диссертантом выявлена роль медиа-пространства в создании бренда туристической дестинации.

Результаты опроса среди туристов РА были обработаны и проанализированы диссертантом при помощи многофакторной линейной регрессионной модели, а также была выявлена роль СМИ в популяризации РА как привлекательной туристической дестинации.

Выявлена ключевая роль медиа-пространства в вопросе создания определенного, целенаправленного имиджа туристической территории..

Были даны предложения по эффективному продвижению туристической дестинации.

Обобщения и выводы работы основаны на полученном анализе и проведенных исследованиях. Заслуживает внимания ряд представленных диссертантом предложений, имеющих практическую и научную ценность.

## 6. Замечания.

В результате досконального ознакомления с диссертационной работой нами были выявлены некоторые недостатки.

1. В диссертации отсутствуют ссылки на материалы армянских исследователей о состоянии туристической привлекательности Армении.
2. В современном мире модель устойчивого развития туризма начинает играть все большую роль. В диссертации нет отсылок по этой теме.
3. В качестве одного из значимых символов Армении можно было привести легендарное копьё (хранившееся сперва в монастырском комплексе Гегард, а в настоящее время – в кафедральном соборе Эчмиадзина) как один из знаковых символов всего христианства.
4. Некоторые заключения диссертации можно было объединить.

Диссертанту удалось решить поставленные перед ним задачи, провести серьезные научные исследования, где проявилось наличие у диссертанта собственных, ценных с научной точки зрения размышлений и выводов, способность к исследовательской работе и принятию логических заключений. Указанные нами недостатки отнюдь не влияют на качество проделанной диссертантом работы. Мы считаем, что диссертация Рены Рафаэловны Варданян по теме «Роль информации СМИ в формировании туристической привлекательности в РА», представленной на соискание ученой степени кандидата наук по специальности 24.03.01 «География», удовлетворяет всем требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Р.Р.Варданян, достойна присуждения ей искомой степени кандидата географических наук.

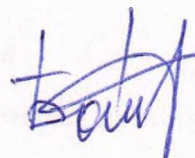
Официальный оппонент –

Доктор географических наук, профессор

Подпись В.Бойнагряна, профессора

кафедры геоморфологии и картографии, заверяю

Ученый секретарь ЕГУ



В.Р. Бойнагрян



М.В. Оганесян