

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ НА ОСНОВЕ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА (на примере Приморского края)



Бачерикова Мария Леонтьевна,

аспирант, кафедра маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный федеральный университет; 690050, г. Владивосток, ул. Суханова, 8
bacherikova.mle@dvvu.ru

В статье представлена методика оценки факторов формирования имиджа территории на основе контент-анализа публикаций в сетевых СМИ и приведены результаты ее апробации на примере Приморского края. Результаты апробации методики позволили выявить основные факторы формирования имиджа Приморского края для различных групп потребителей (население, бизнес, власть – резиденты и нерезиденты) и построить статическую карту факторов формирования имиджа региона. Сделан вывод о том, что имидж региона оценивается в сетевых СМИ в целом негативно. Показано, что политические факторы наиболее часто упоминаются в сетевых СМИ по сравнению с другими группами факторов формирования имиджа Приморского края, и наиболее упоминаемым из них является имидж политических лидеров региона, получивший самую низкую негативную оценку. Факторами формирования имиджа Приморского края, имеющими наиболее высокую важность для населения, являются доверие к администрации, уровень цен, состояние дорог, социальная инфраструктура, благоустройство, общественное питание. Для представителей бизнеса наиболее важными факторами являются туризм, кинематограф, спорт, организация международных мероприятий, благополучие региона. Дискурс представителей органов власти охватывает преимущественно такие факторы, как туризм, инвестиции, МедиаСаммит, гостеприимство, уровень соблюдения законности, дальневосточный гектар. Количественный анализ позволил заключить, что наиболее достоверную оценку основных факторов формирования имиджа региона дает аудитория «население-резиденты».

Ключевые слова: контент-анализ; факторы формирования имиджа территории; имидж территории; имидж региона; Приморский край.

Благоприятный имидж территории является фактором повышения ее туристской и инвестиционной привлекательности, а, следовательно, и ее конкурентоспособности на национальном и глобальном уровне. Для формирования благоприятного имиджа территории важно понимать, под влиянием каких факторов он складывается, какие силы и в какой степени формируют образ региона в сознании аудитории. Оценка имиджа, как правило, осуществляется посредством полевых исследований опросными методами. Как известно, надежность и достоверность результатов опроса весьма существенно зависят от качества его инструментария. Одна из проблем разработки инструментария для опроса, посвященного оценке имиджа территории и его влияния на лояльность потребителей территориального продукта, касает-

ся выбора факторов формирования имиджа территории, которые необходимо учитывать при составлении анкет для различных групп потребителей. С нашей точки зрения, эта проблема может быть решена за счет использования контент-анализа научных публикаций и публикаций в сетевых СМИ как способа обоснования инструментария опроса.

Целью данной работы является обоснование методического подхода к оценке факторов формирования имиджа территории.

Задачи работы:

- ♦ разработка методического обеспечения исследования факторов формирования имиджа территории;
- ♦ апробация разработанной методики на примере Приморского края.

Для анализа факторов формирования имиджа территории предлагается использовать метод двухэтапного контент-анализа научных публикаций и публикаций в сетевых СМИ (рис. 1).

I этап: контент-анализ научных публикаций

- анализ классификаций факторов формирования имиджа территории;
- ранжирование факторов формирования имиджа территории;
- группировка факторов формирования имиджа территории

II этап: контент-анализ публикаций в СМИ

- выявление транслируемых СМИ имиджевых характеристик территории в рамках выделенных групп факторов формирования имиджа территории;
- оценка упоминаемости групп факторов формирования имиджа территории с учетом всех групп потребителей территориального продукта

Рис. 1. Содержание контент-анализа публикаций