*МЕДИА-ПЛАТФОРМЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ, ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ*

Шульева М.С.

Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики (Санкт-Петербург)

В настоящее время, в России активно получает свое распространение медиаобразование. С каждым годом все большую часть населения можно отнести к медиаграмотной аудитории. Данная аудитория имеет потребность в получении грамотного контента, но зачастую он исходит от коммерческих структур. Государственные структуры не во всех субъектах могут предоставить «хороший» контент, что в свою очередь сказывается на недостаточном информирование аудитории. Стоит заметить, что это невыгодно в первую очередь самим государственным структурам.

На примере Министерства курортов и туризма Кабардино-Балкарской Республики, был проведен анализ сайта и разработан проект медиа-платформы.

Целью работы, является разработка проекта медиа - платформы по популяризации самостоятельного туризма, отдыха, досуга и инвестиционной привлекательности Кабардино-Балкарской Республики, при помощи технологий краудсорсинга и сторитейллинг.

Задачи исследования:

* Анализ сайта Министерства курортов и туризма Кабардино-Балкарской Республики;
* Проведение ассоциативного исследования;
* Написание проектных рекомендаций.

Предметом исследования, является предоставляемая информация на сайте министерства курортов и туризма Кабардино-Балкарской Республики.

Объектом исследования, является министерство курортов и туризма Кабардино-Балкарской Республики.

В данный момент, возникает проблема негативного освещения в СМИ Северо-Кавказского федерального округа (далее СКФО), и в частности Кабардино-Балкарской Республики (далее КБР), из-за чего сокращается туристический поток «самостоятельных» туристов. Люди предпочитают поездки в более спокойные места, так как в глазах населения, КБР, является не безопасным местом.

Для выявления данной проблемы было проведено исследование с помощью ассоциативного метода с жителями Российской Федерации, в котором приняли участие 280 человек. Респондентам предлагалось провести ассоциации с рядом слов и изображений. По результатам анализа данного исследования можно сделать вывод, что визуально природа, архитектура, возможности отдыха, привлекают население, но обозначение республики вызывают негативную реакцию и ассоциативный ряд негативно окрашенных слов, эмоциональное отторжение.

Для популяризации самостоятельного туризма, отдыха, досуга, предлагается разработка медиа платформы, доступ к которой можно получить как напрямую скачав приложение, так и через сайт правительства КБР.

Предполагается сегментировать целевую аудиторию   
на 2 целевые группы: основная (от 25 до 45 лет – это семьи со средним доходом) вспомогательная (молодежь от 15-24 лет – школьники, студенты.)

Объективные характеристики целевой аудитории: мужчины и женщины ( в соотношении 50/50) в возрасте от 25-45 лет.

Субъективные характеристики целевой аудитории:   
в свободное время предпочитают вести активный образ жизни, путешествовать с семьей, друзьями.

Стратегия: восприятие Кабардино-Балкарской Республики   
в глазах целевой аудитории, как места безопасного проведения отдыха и досуга.

Задачи проекта:

1. Аудит территории для оценки экономической рентабельности имиджевых ресурсов КБР;
2. Разработка концепции приложения «Кабардино-Балкария»;
3. Определение базового контента для мобильного приложения;
4. Разработка мобильного приложения «Кабардино-Балкария» (рабочее название);

Мероприятия проекта:

* Составление технического задания;
* Проведение совещания со специалистами в области дизайна мобильных приложений;
* Создание туристических маршрутов при поддержке Министерства курортов и туризма   
  КБР;
* Поиск исполнителя и заключение договора;
* Работа с целевыми аудиториями: Проведение контент-анализа (КА);
* На основе результатов КА разработка программы информационной кампании по повышению уровня лояльности;
* Размещение имиджевых статей в ведущих региональных СМИ;
* Запуск сери хештегов в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, Facebook, Twitter, Одноклассники;
* Проведение пресс-конференций;
* Реализация PR – проекта;
* Запуск приложения;
* Анализ результатов.

Разработка и внедрение данного проекта позволит значительно продвинуться в популяризации самостоятельного туризма, отдыха, досуга и инвестиционной привлекательности Кабардино-Балкарской Республики.