

## МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ МЕНТАЛЬНОГО ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ПО ОТЗЫВАМ ТУРИСТОВ (НА ПРИМЕРЕ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

**Е.В. Конышев**

*Пермский государственный национальный исследовательский университет,  
и.о. зав. кафедрой социально-экономической географии;  
Вятский государственный университет, кафедра туризма и управления персоналом,  
доц., канд. геогр. наук; e-mail: konj@bk.ru*

В современном мире одним из ключевых критериев эффективности организации отдыха и туризма становятся впечатления. На формирование впечатлений направлены усилия организаций туристско-рекреационного комплекса, выстраиваются сценарии туристских продуктов, туристы делятся впечатлениями в сети Интернет. Повышается актуальность изучения ментального туристско-рекреационного пространства с помощью новых методов цифрового анализа. Для оценки ментального туристско-рекреационного пространства целесообразно использовать метод текстового анализа, так как в отзывах туристов содержится фиксация эмоционального состояния, впечатления от взаимодействия с реальным компонентом туристско-рекреационного пространства. В статье представлен аналитический обзор научных подходов к изучению ментального туристско-рекреационного пространства, применения методов его оценки, анализа цифровых следов туристов, опыт применения текстового анализа к изучению отзывов туристов. Информационная база исследования формировалась из отзывов туристов и рекреантов с платформы Tripadvisor. Обработка базы отзывов и текстовый анализ осуществлялся с помощью программы PolyAnalyst. База данных состояла из 6300 отзывов. Осуществлялся расчет индекса тональности, извлечение ключевых слов и определялась связь терминов для определения ключевых атрибутов ментального туристско-рекреационного пространства. Проводился покомпонентный анализ индекса тональности и анализ его изменения с 2013 по 2021 г. Дополнительно был проведен географический анализ с выявлением территориальных особенностей восприятия туристско-рекреационного пространства городов Кировской области. Сделаны выводы о негативном восприятии транспортной инфраструктуры, природных объектов и рекреационных зон, благоустройства территории населенных пунктов Кировской области. Отмечено повышение доли негативных отзывов со временем. Результаты исследования могут быть использованы для устранения проблемных зон взаимодействия населения с компонентами реального туристско-рекреационного пространства и корректировки региональной туристской политики. Предложенная методика может быть применима для оценки ментального туристского пространства других регионов России и мира.

**Ключевые слова:** PolyAnalyst, Tripadvisor, текстовый анализ, индекс тональности

### ВВЕДЕНИЕ

Рекреационная география является одной из самых молодых в семье общественно-географических наук. Во многом именно этим объясняется то, что понятийно-категориальный аппарат рекреационной географии еще не сформировался. Продолжаются дискуссии и по содержанию объекта и предмета науки. Возникнув на стыке нескольких отраслей географии и других наук, рекреационная география изначально была «обречена» на междисциплинарность и комплексность. Неопределенности в объектно-предметную сущность рекреационной географии добавил переход на рыночные отношения в экономике, массовые заимствования туристской терминологии из зарубежных научных концепций [Поросенков, Худякова, 2009]. Объектом изучения рекреационной географии изначально было выбрано рекреационное пространство. В последующем,

в связи с выделением туризма в отдельную отрасль экономики, повышением его значимости среди других видов рекреационной деятельности, многие авторы стали применять термин «туристско-рекреационное пространство». Однако следует отметить, что в научной среде понятие «туристско-рекреационное пространство» окончательно не сформировано. В зависимости от методологического подхода авторы вкладывают в понятие экономическое [Тарасенок, 2010], социологическое [Дусенко, 2014], культурологическое [Замятин, 2010], географическое [Мажар, 2014] содержание, применяя для исследования сложившиеся в данных науках подходы и методы.

В общественной географии туристско-рекреационное пространство является частью географического пространства, которое развивается в соответствии с системой общественно-географических

законов и закономерностей [Шарыгин, Конышев, 2018]. Пермские географы к числу ведущих законов, которые определяют развитие общественно-географического пространства, относят антропогенный закон, закон усложнения географической материи, закон трансформации территориального потенциала в региональный капитал, закон сочетания континуальности и дискретности географического пространства, закон общественно-географического системообразования. Также авторы обращают внимание на то, что реализация каждого закона сопровождается совокупностью закономерностей [Шарыгин, Столбов, 2020].

Развитие туристско-рекреационного пространства подчиняется законам и закономерностям географического пространства. Но, в отличие от смежных послонных образований общественно-географического пространства (экономического, социального, культурного и др.), туристско-рекреационное пространство формируется под влиянием не столько трудовой, бытовой и иной деятельности людей, сколько под влиянием потребностей поддержания здоровья, умственного совершенствования, удовлетворения любознательности и желания общения с окружающим миром. В этой связи и в условиях формирующегося информационного общества необходимо осуществить поиск новых законов и закономерностей. На наш взгляд, поиск может быть осуществлен в русле изучения ментального туристско-рекреационного пространства, которое, по мнению ученых, существует параллельно с реальным пространством [Александрова, 2020; Liszewski, 2006]. Изучение ментального туристско-рекреационного пространства становится актуальным направлением в эпоху общества впечатлений. Впечатления становятся важнейшим критерием оценки качества отдыха, являются результатом реакции туриста на взаимодействие с отдельными компонентами туристской сферы. Впечатления отражают восприятие туристско-рекреационного пространства туристом или группой туристов [Kowalczyk, 2014]. Нередко впечатления остаются зафиксированными в едином информационном поле в виде цифровых следов.

Безусловно, формулировка новых законов и закономерностей требует проведения серьезных теоретических и прикладных исследований. Поэтому в рамках текущего исследования планируется рассмотреть особенности ментального туристско-рекреационного пространства Кировской области. Цель работы – разработка и апробация методики покомпонентного изучения ментального туристско-рекреационного пространства на основе анализа цифровых следов туристов на примере Кировской области. Выявленные на уровне ментального ту-

ристско-рекреационного пространства особенности и проблемы необходимо анализировать в целях совершенствования деятельности как отдельных компонентов туристско-рекреационного комплекса, так и реального туристско-рекреационного пространства в целом.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Значение анализа цифровых следов для изучения поведения населения возрастает с увеличением количества пользователей сети Интернет и все большим вовлечением их в виртуальную жизнь. Предпринимаются попытки анализа поведения пользователей в социальных сетях [Катаев и др., 2021], отслеживания миграционных потоков [Митягина и др., 2021], оценки качества жизни населения регионов России [Щекотин и др., 2020].

В сфере туризма и рекреации изучение социальных сетей, определение их роли в принятии решений путешественниками, а также в туристических операциях и управлении является одной из «мега-тенденций» [Leung et al., 2013]. Кроме социальных сетей, благодаря которым можно определить регион, пол, возраст, интересы пользователя, в качестве источника данных о цифровом следе туриста широко применяются данные сотовых операторов, банков, различных поисковых систем (например, сервис «Яндекс. Подбор слов»). Информация от сотовых операторов позволяет оперативно отследить перемещения потенциальных туристов, на основе банковских данных отслеживаются количество туристов, период пребывания, объем трат, наличие транспорта, причины посещения, частота посещения, среднее число покупок. Поисковые сервисы дают информацию о частоте поисковых запросов, об особенностях цифрового присутствия дестинации в сети Интернет. Интересная методика оценки восприятия географической реальности и территориальных предпочтений основывается на анализе фотоснимков пользователей сервисов Google Earth и Panoramio [Соколова, 2010]. Следует отметить, что получаемая из вышеуказанных источников информация о цифровом следе туристов носит количественный характер и не подходит для изучения ментального туристско-рекреационного пространства. Применение же социологических методов в большинстве случаев представляется достаточно трудоемким процессом.

На наш взгляд, одним из источников данных, который может применяться для анализа цифровых следов туристов в целях изучения ментального туристско-рекреационного пространства, является платформа Tripadvisor. Это крупнейший сайт о туризме и путешествиях, работающий во многих

странах мира и охватывающий значительную аудиторию. На данной платформе после взаимодействия с компонентами реального туристско-рекреационного пространства люди оставляют текстовые сообщения в виде отзыва. Текстовые сообщения, как правило, содержат оценку результата взаимодействия, выраженную как в баллах, так и в виде эмоционального сообщения, что позволяет оценить тональность впечатления. Особенностью сайта является то, что негативные комментарии не удаляются, что делает процедуру оценки более объективной.

Текстовый анализ данных для изучения сферы туризма стал применяться относительно недавно. В основном, применяя подходы машинного обучения для анализа отзывов, размещенных на платформе TripAdvisor, специалисты осуществляют сегментацию потребителей, учатся управлять принятием решений о выборе потребителем дестинации и отелей, а также решать иные маркетинговые задачи [Nilashi et al., 2018; Rosh, 2018; O'Connor, 2010].

Ряд исследований направлен на выявления региональных различий в туристских образах городов [Nowacki, Niezgoda, 2020], оценку отношения к туристским достопримечательностям [Lee et al., 2020] и туристским центрам отдельных стран [Потапов, 2020]. Применение специальных программ для изучения впечатлений туристов и определения тональности отзывов позволяет повысить эффективность управления туристской дестинацией [Sangkaew, Zhu, 2020] и отдельных компонентов туристско-рекреационного комплекса [Stoleriu et al., 2019].

В России попытки оценить отдельные компоненты туристско-рекреационного комплекса с помощью платформы TripAdvisor предпринимались на примере Балтийского региона [Рахманов, 2019б] и крупных городов России [Рахманов, 2019а].

Недостатком данных методик является то, что в них не учитывались содержательные характеристики отзывов туристов, а в расчет принимались только их обобщенные количественные оценки отдельных компонентов туристско-рекреационного пространства.

Предлагаемая нами методика исследования опирается на подходы и методы общественной географии в определении сущности и структуры ментального туристско-рекреационного пространства. Для анализа цифровых следов использовались технологии больших данных (извлечение большого массива данных из TripAdvisor) и машинного обучения (анализ полученных данных – определение тональности и темы отзывов).

Этапы проведения исследования:

1. **Разработка модели изучения ментального туристско-рекреационного пространства.** В на-

шем понимании *ментальное туристско-рекреационное пространство* представляет собой результат взаимодействия объективных свойств компонентов реального туристско-рекреационного пространства с субъективным опытом человека, существующего в виде совокупности впечатлений и цифровых следов. Существовая параллельно, оно повторяет структуру реального туристско-рекреационного пространства, расширяя его.

2. **Формирование базы данных отзывов туристов об отдельных компонентах туристско-рекреационного пространства и классификация текстового контента отобранных в нем объектов.** База данных была сформирована из отзывов пользователей услуг предприятий туристско-рекреационного комплекса Кировской области, размещенных на сайте TripAdvisor, а также на сайтах его организаций. В базу включено 6300 отзывов, оставленных клиентами с 2004 по 2021 г. Все отзывы были распределены по группам, соответствующим компонентам туристско-рекреационного пространства: коллективные средства размещения; культурно-исторический объект; общественное питание; парки отдыха и развлечений; рекреационное предприятие; территория; транспортная инфраструктура; турагентства; рекреационная природная зона и природный туристский объект; туроператоры.

3. **Автоматическая очистка и классификация отзывов туристов о компонентах туристско-рекреационного пространства.** Операция осуществлялась с помощью программы PolyAnalyst. Эта программная платформа от компании Megaputer применяется для визуальной разработки сценариев анализа данных и текстов, а также построения интерактивных отчетов (рис. 1).

4. **Интегральная и покомпонентная оценка восприятия туристско-рекреационного пространства.** На этой стадии также применялась платформа PolyAnalyst. Дополнительно осуществлялись расчет индекса тональности как соотношение положительных и отрицательных отзывов, извлечение ключевых слов, а также выявлялась связь терминов для определения ключевых атрибутов ментального туристско-рекреационного пространства.

5. **Анализ территориальных особенностей восприятия туристско-рекреационного пространства.** Для выявления территориальных особенностей использовался инструмент «поисковые запросы». С его помощью была проведена фильтрация отзывов и их дальнейшая группировка по принадлежности к конкретному месту. Наибольшее количество отзывов было оставлено респондентами в отношении городов Киров, Слободской, Вятские Поляны, Котельнич, Уржум, Советск, Белая Холуница и Омутнинск. В дальнейшем был проведен

текстовый анализ баз данных отзывов о городах Кировской области. Выявлены территориальные особенности распределения параметров тональности отзывов, ключевых слов, ключевых проблем, определены наиболее популярные туристские объекты.

6. На заключительном этапе осуществлялся **анализ изменения индекса тональности отзывов по годам**, что позволило выявить изменение ключевых проблем развития реального туристско-рекреационного пространства в динамике.

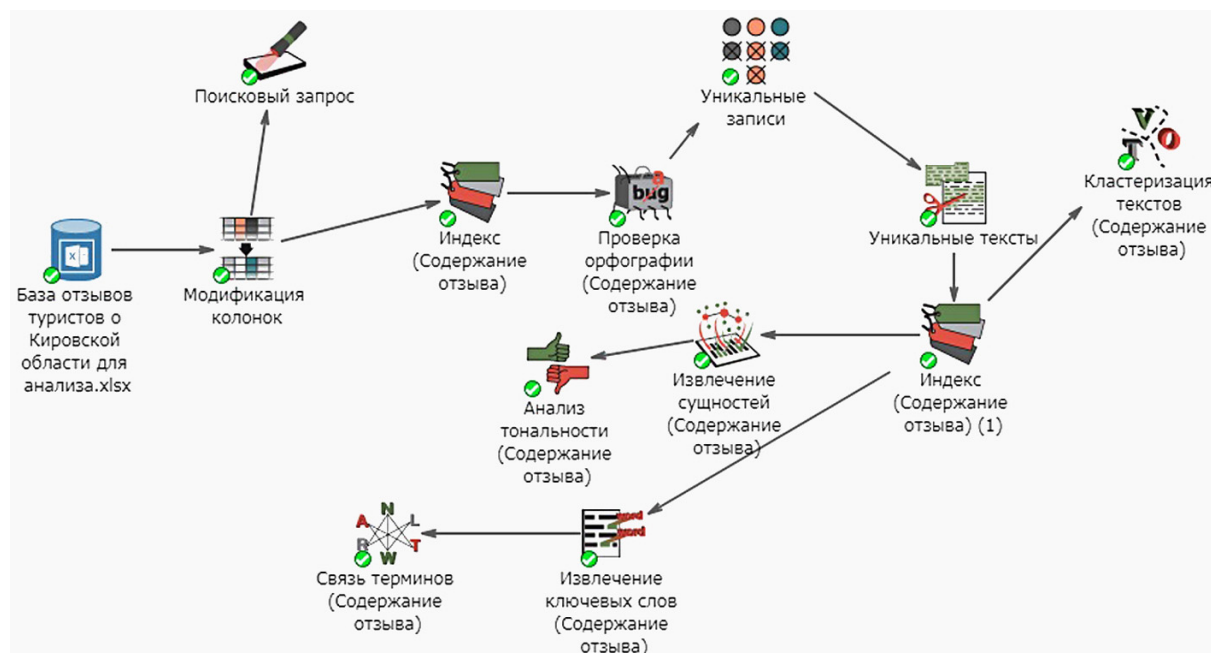


Рис. 1. Общая схема текстового анализа отзывов туристов на платформе PolyAnalyst

Fig. 1. General scheme of text analysis of tourist reviews at the PolyAnalyst platform

Ограничения исследования:

1. Незначительное количество отзывов до 2014 г.
2. Не все предприятия туристско-рекреационной сферы зарегистрированы на платформе Tripadvisor.
3. Как правило, цифровой след фиксируется в отношении тех компонентов, с которыми взаимодействует турист и рекреант и которые вызывают определенные эмоции. В базы отзывов не вошли компоненты реального туристско-рекреационного пространства, с которыми не осуществляется взаимодействие во время туристской поездки или отдыха (например, организационно-управленческий компонент). Немного отзывов и о рекреационных зонах, природных достопримечательностях.

4. В ходе исследования отзывы о туроператорах и турагентах скачивались с официальных сайтов данных организаций, так как на платформе Tripadvisor они отсутствуют.

Выявленные ограничения сужают временной диапазон проведения исследования, вносят определенные корректировки в интерпретации результатов по отдельным компонентам туристско-рекреационного пространства, однако, на наш взгляд, в целом не оказывают существенного влияния на достижение поставленной цели.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Кировскую область можно отнести к регионам России, где сфера туризма не относится к отраслям специализации. Вклад туристских предприятий в формирование ВРП региона составляет менее 0,5%. Совокупность физико-географических факторов не позволяет развивать массовые виды туризма. Туристско-рекреационный потенциал является типичным, похожим на многие регионы европейской части страны. Основу туристской специализации области составляет санаторно-курортный комплекс, а большинство посетителей, размещенных в гостиничных организациях, прибывают с деловыми целями. Уровень развития туризма остается низким, несмотря на усилия региональных властей [Коньшев, 2018]. Снижается и доля области среди регионов России по показателям объема потребления услуг предприятий туристской индустрии (рис. 2).

В таких сложных условиях одним из факторов привлечения туристов может стать повышение качества туристского продукта, а также стимулирование развития туризма и рекреации внутри Кировской области. Создание конкурентоспособного и высококачественного продукта невозможно без предва-

рительного анализа и выявления проблемных зон в сфере туристско-рекреационного обслуживания. Важным является определение восприятия туристско-рекреационного пространства и его отдельных компонентов. В ходе исследования ментального туристско-рекреационного пространства было проанализировано 6300 отзывов туристов, определены ключевые слова каждого компонента пространства, рассчитан индекс тональности и выявлены ключевые проблемы его развития (табл. 1).



Рис. 2. Изменение доли Кировской области среди регионов России по объему оказания услуг предприятиями туристской индустрии (составлено автором по [ЕМИСС, 2021])

Fig. 2. Change in the share of the Kirov region among the regions of Russia in terms of the volume of services provided by the tourism industry enterprises (compiled by the author according to [EMISS, 2021])

Наибольшее количество отзывов было собрано и обработано в отношении предприятий общественного питания. Отзывы оставляли как местные жители, так и гости региона. На один негативный отзыв в отношении предприятий питания приходится 4,9 положительных. Среди причин негативных отзывов можно выделить как объективные, так и субъективные. К объективным причинам относится недовольство техническим состоянием или интерьером помещений, временем обслуживания, высокой ценой, а среди субъективных причин негатив вызывает в основном вкус блюда. Следует отметить, что среди предприятий общественного питания Кировской области максимальное количество отзывов на портале TripAdvisor оставлено в отношении ресторанов с уникальными концепциями в оформлении, специализирующихся на национальной кухне, а также расположенных в зданиях отелей.

В адрес коллективных средств размещения также поступает большое количество отзывов. На портале TripAdvisor большинство отзывов относятся к гостиницам. Такие отзывы наиболее ценны, так как позволяют выявить отношение к данному ком-

поненту туристско-рекреационного пространства со стороны иностранцев или жителей других регионов. Предпочитая останавливаться в гостиницах, расположенных в центре города, гости чаще всего сталкиваются с проблемой нехватки мест на парковке. Учитывая, что многие отели имеют устаревшую материально-техническую базу и расположены в зданиях, построенных в 1960–1970-х гг., большая доля негативных отзывов касается небольших размеров номеров и оборудования (неработающий кондиционер, плохая шумоизоляция) (рис. 3). На рис. 3 в виде графа визуализирована совокупность эмоционального отношения авторов отзывов по категориям (отмечены серым кружком с белыми линиями) – «Еда и напитки», «Обслуживание клиентов», «Цена» и др. От них отходят линии к ключевым словам. Толщина линии отражает частоту упоминания ключевого слова в различных контекстах в отзывах. Сплошная линия означает преобладание положительных отзывов, пунктирная линия – преобладание отрицательных отзывов. Несмотря на множественные претензии к оборудованию гостиничных номеров, в целом на один негативный отзыв приходится шесть положительных.

Туроператоры являются основой туристской индустрии. Через управление туристскими потоками они могут способствовать расширению или сжатию туристско-рекреационного пространства. На портале TripAdvisor прямых отзывов о туроператорах крайне мало, поэтому для формирования базы исследования использовались данные с официальных сайтов организаций. Возможно поэтому индекс тональности в отношении туроператоров получился самым высоким среди всех компонентов туристско-рекреационного пространства. По состоянию на ноябрь 2021 г. в Кировской области в Едином федеральном реестре туроператоров состоит 14 организаций, большая часть из которых предлагает внутриобластные туры. Наиболее яркие отзывы туристы оставляют после активных туров, сплавов по рекам, где посещение уникальных для Кировской области природных объектов сочетается с анимационными программами. Негативные отзывы были оставлены по поводу организации питания, что можно объяснить низким уровнем развития общественного питания в сельских районах области и ограничениями в организации питания в природоориентированных турах.

Рекреационные предприятия оказывают услуги в основном для местного населения, удовлетворяя потребности в ежедневной рекреации и рекреации выходного дня. Доля туристов среди посетителей музеев и тематических парков Кировской области незначительная. Среди гостей области наибольшим спросом пользуются тематические

парки о динозаврах и сказках. Высокую популярность у гостей областного центра имеют частные музеи, в которых применяются современные технологии создания впечатлений. В районах области местом притяжения туристов и экскурсантов являются краеведческие музеи. Основные проблемы, на которые указывают посетители рекреационных учреждений, связаны с работой персонала, организацией питания. Летом, в выходные дни, недовольство возникает из-за длительного ожидания в очереди. Отношение положительных отзывов к негативным составляет 6,8 к 1.

Самый низкий индекс тональности выявлен в отношении транспортной инфраструктуры: служб такси, аэропорта, ж/д вокзала и качества дорог. На один положительный отзыв приходится один негативный. В то же время перевозка туристов является одним из основных компонентов туристского продукта, а развитие транспортной инфраструктуры – необходимым условием развития туризма и рекреации. Низкое качество услуг по перевозке туристов может негативно влиять на восприятие всего туристско-рекреационного пространства Кировской области (рис. 4).

Таблица 1

**Покомпонентный анализ отзывов туристов и рекреантов**

| Компоненты туристско-рекреационного пространства           | Количество отзывов | Инструмент таксономии: ключевые слова (больше 5)   | Индекс тональности | Инструмент анализа тональности: ключевые проблемы               |
|--|--------------------|--|--------------------|---|
| Общественное питание                                       | 1465               | Ресторан, отдых, блюдо, меню, кухня, атмосфера, порция, счет   | 4,9                | Вкус блюда, время обслуживания, высокая цена, вытяжка, интерьер |
| Коллективные средства размещения                           | 1256               | Номер, завтрак, ресторан, окно, кровать, этаж, парковка, стоимость, кондиционер  | 6                  | Оборудование, парковка  |
| Туроператоры   | 782                | Поход, корабль, инструктор, поездка, сказка, город, эмоция, впечатление, экскурсия, костер   | 74,6               | Питание в турпоездке  |
| Рекреационное предприятие                                  | 630                | Музей, город, выставка, экскурсия, шоколад, динозавр, игрушка, мастер-класс, впечатление   | 6,8                | Персонал, ремонт, очередь, работа кафе                          |
| Транспортная инфраструктура                                | 602                | Вокзал, аэропорт, такси, водитель, машина, заказ, ожидание, туалет, кафе   | 1,1                | Очередь, сервис, парковка, вентиляция                           |
| Культурно-исторический объект                              | 520                | Город, памятник, монастырь, храм, театр, игрушка, музей  | 12,1               | Фасады зданий, тротуары, информация                             |
| Территория   | 465                | Город, музей, дорога, парк, дом, набережная, экскурсия, вода, река, ход, площадь, поездка, лес, магазин, церковь, автобус, озеро, выставка, кафе, житель, театр, завод | 2,9                | Дороги, вода, климат, фасады домов, инфраструктура,             |
| Парки отдыха и развлечений                                 | 311                | Парк, набережная, город, пруд, ротонда, река, уточка, аттракцион   | 8,9                | Дорожки, цена на аттракционы, освещение                         |
| Турагентства   | 200                | Офис, скидка, бронирование, море, персонал   | 28,6               | Клиенты   |
| Рекреационная природная зона и природный туристский объект | 69                 | Водопад, отдых, камень, озеро, парк  | 3,3                | Страх заблудиться   |
| ИТОГО  | 6300               |  |                    |   |



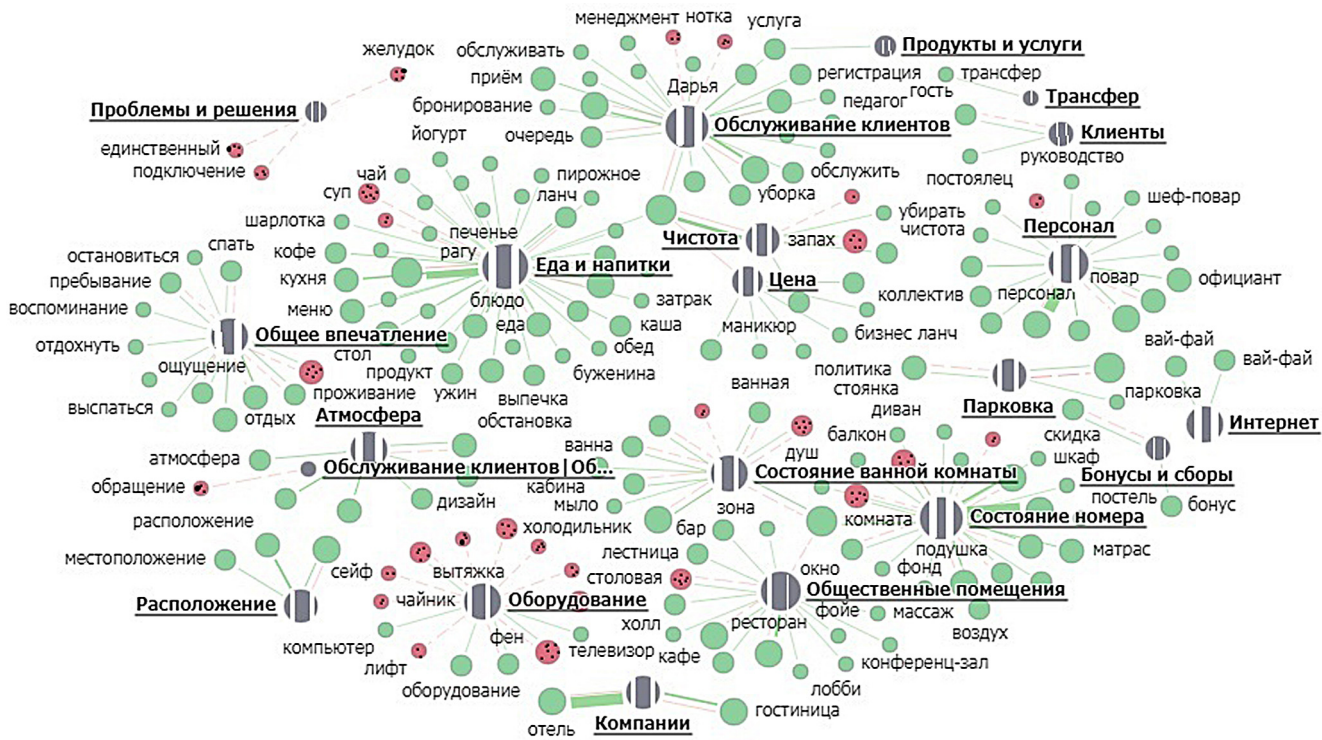


Рис. 3. Анализ тональности в отношении объектов коллективных средств размещения (пунктирными линиями показано преобладание негативных отзывов, сплошными – положительных)

Fig. 3. Sentiment analysis in relation to collective accommodation facilities (dotted lines show the predominance of negative reviews – predominance of negative reviews, solid lines – positive ones)

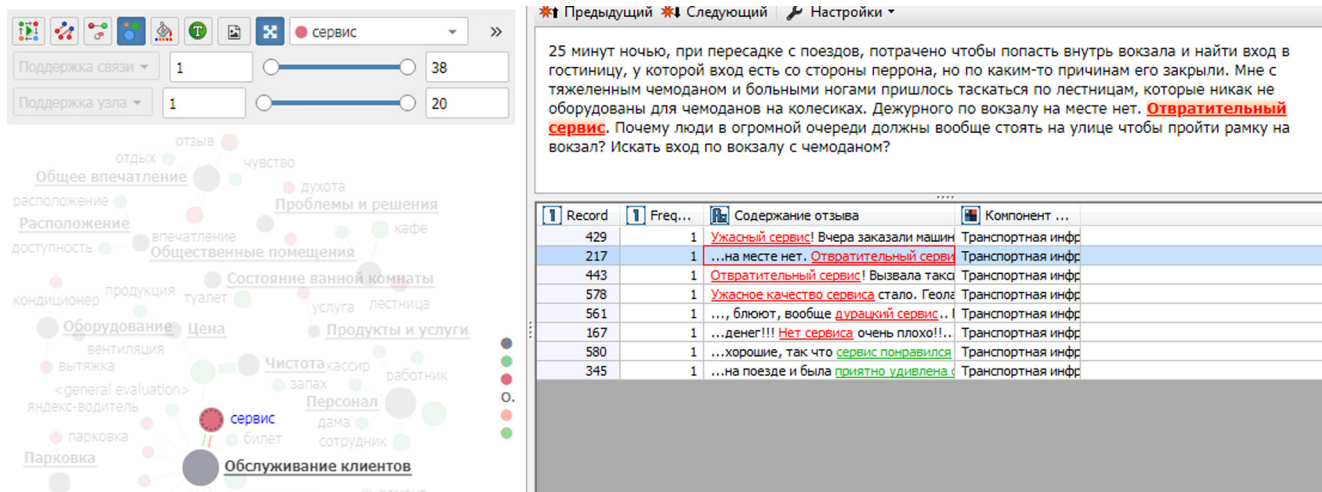


Рис. 4. Пример негативного отзыва в отношении транспортной инфраструктуры (составлено автором)

Fig. 4. An example of negative feedback regarding transport infrastructure (compiled by the author)

Низкие значения индекса тональности характерны для природных зон рекреации и территории в целом. Как правило, положительные эмоции вызывают исторические центры городов Кировской области, парковые зоны, памятники и скульптуры (рис. 5). Негативные отзывы туристы и жители области оставляют из-за некомфортного климата, плохих дорог, разрушающихся фасадов исторических зданий.

Достаточно высокие оценки получили культурно-исторические объекты, прежде всего храмы и монастыри. Кировская область является одним из центров православия в России. На территории области действуют около 40 храмов и часовен, еще большее их количество являются разрушенными и не функционируют. Знаковым мероприятием религиозного характера является Великоорецкий

крестный ход. Это один из самых массовых и протяженных крестных ходов в России – более 10000 паломников проходят 180 км за пять дней.

Географический анализ заключался в выявлении территориальных особенностей восприятия ментального туристско-рекреационного пространства городов Кировской области (табл. 2).

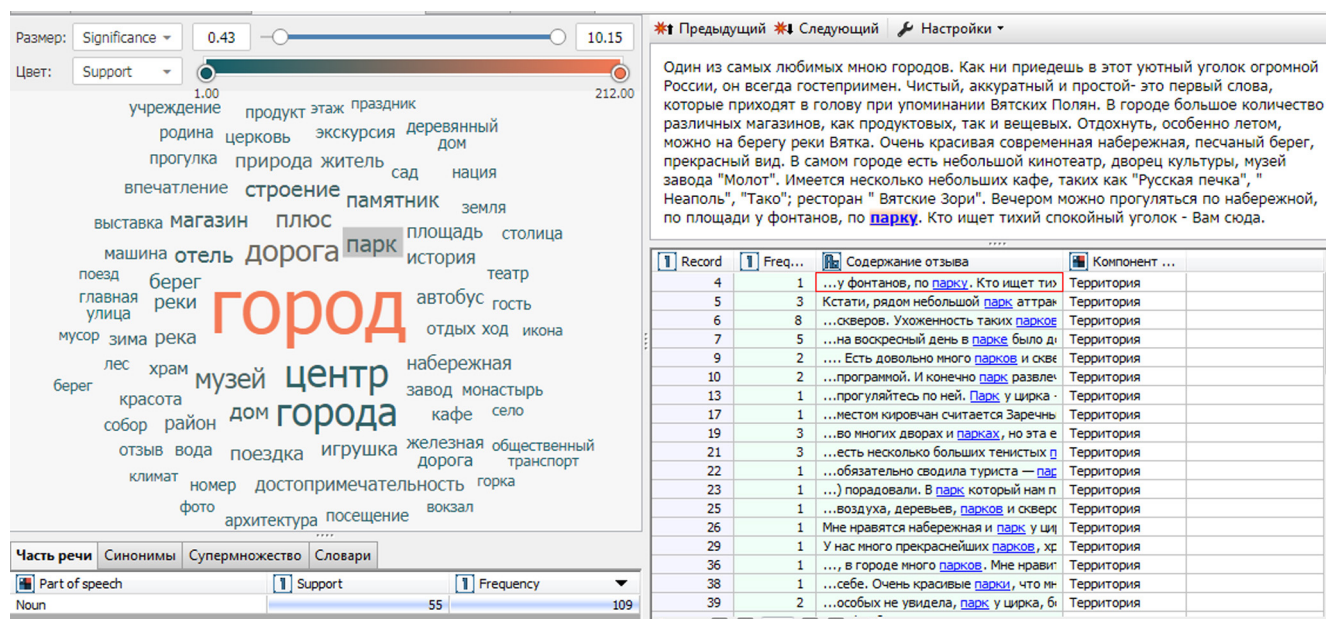


Рис. 5. Облако ключевых слов и пример отзыва по отношению к территории (составлено автором)

Fig. 5. Keyword cloud and the example of recall in relation to territory (compiled by the author)

Таблица 2

### Географический анализ отзывов туристов и рекреантов

| Города Кировской области | Индекс тональности | Инструмент таксономии: ключевые слова (больше 5) | Инструмент анализа тональности: ключевые проблемы | Туристские объекты  |
|--------------------------|--------------------|--|---|---|
| Киров                    | 8,4                | Отель, ресторан, музей, парк, Вятка, игрушка     | Освещение улиц, парковка, старые дома, тротуары   | Заповедник сказок, Музей шоколада, «Летучий корабль», Кировский областной краеведческий музей |
| Слободской               | 9,6                | Музей, экскурсия, история, главная улица         | Дорога, тротуары, питание                         | Слободской краеведческий музей, водонапорная башня, площадь                                   |
| Вятские Поляны           | 7,6                | Берег реки, музей, автобус, церковь, молот       | Дорога, автостоянка, фасады зданий, мусор         | Шпагин, молот, Музей шляп   |
| Омутнинск                | 3,5                | Завод, водохранилище                             | Гостиницы, дорога, благоустройство                | Омутинский пруд, санаторий «Лесная сказка»  |
| Советск                  | 2,0                | Природа, вода, пещера, река                      | Дорога, мусор, освещение, комары                  | Река Немда, скала Часовой, Бересняцкий водопад, Буржатский утес                               |
| Белая Холуница           | 2,6                | Водоохранилище, музей, лошадь                    | Питание, мусор, освещение, гостиницы              | Белохолуницкий пруд, «Грейт-Филд», «Фестиваль Железа», музей                                  |
| Уржум                    | 2,4                | Завод, дорога, природа, озеро                    | Дороги, тротуары, освещение, мусор                | Озеро Шайтан, Музей Кирова, Уржумский спирто-водочный завод                                   |



Лучшее соотношение положительных и негативных отзывов отмечается для областного центра, городов Вятские Поляны и Слободской. Это крупнейшие города Кировской области, в которых имеется необходимая инфраструктура для обслуживания туристов. Слободской расположен в 30 км от областного центра и чаще всего туристы посещают его в рамках однодневных экскурсионных программ. Город Вятские Поляны расположен на значительном удалении от областного центра, но достаточно близко от Казани. В городе реализуются масштабные проекты по повышению туристской привлекательности – открыто несколько частных музеев, проводится международный «Фестиваль шляп», реализуются интерактивные программы военно-патриотической направленности. Туристский образ остальных городов Кировской области гораздо хуже. От 30 до 50% всех отзывов включают в себя негативные эмоции от их посещения. Имея несколько туристских объектов, привлекательных для путешественников, эти города не отвечают их запросам по качеству сервиса. Как правило, поездка начинается в Кирове, и туристам необходимо провести в дороге 1,5–3 часа, поэтому много негативных отзывов касается состояния дорожного покрытия. Ключевые проблемы являются общими для всех провинциальных городов области. Это проблемы, связанные с благоустройством территории, состоянием тротуаров, освещением улиц в темное время суток, уборкой мусора. В летний период при посещении природных достопримечательностей туристы и рекреанты жалуются на кровососущих насекомых, отсутствие туалетов, мусор на стоянках.

Покомпонентный и географический анализ цифровых следов позволяет определить проблемные зоны и территории туристско-рекреационного пространства региона. Еще большую ценность имеет информация об изменении восприятия туристско-рекреационного пространства с течением времени (рис. 6). Так, анализ данных за девять лет показывает, что наблюдается снижение индекса тональности восприятия туристско-рекреационного пространства Кировской области.

Доля положительных отзывов снижается, а отрицательных увеличивается. Уже сейчас на три положительных отзыва приходится один отрицательный. То есть порядка 30% гостей уезжает из Кировской области с негативным впечатлением. Такая негативная динамика может привести к дальнейшему снижению популярности Кировской области как туристского направления. А рост недовольства при удовлетворении рекреационных потребностей, низкое качество предоставляемых услуг вынудят местных жителей уезжать в регионы с более высоким качеством жизни.

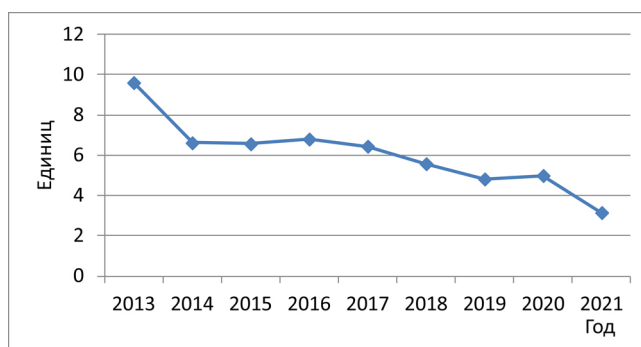


Рис. 6. Изменение индекса тональности восприятия туристско-рекреационного пространства Кировской области (составлено автором)

Fig. 6. Change in the sentiment index of perception of the tourist and recreational space of the Kirov region (compiled by the author)

## ВЫВОДЫ

Усиление внимания к ментальному туристско-рекреационному пространству формирует запрос на понимание его сущности, структуры и функций, совершенствование инструментария и методики его изучения, выявление закономерностей формирования и развития. По нашему мнению, ментальное туристско-рекреационное пространство структурно повторяет реальное, и поэтому для его изучения могут применяться методы и подходы общественной географии. В то же время, учитывая отличия в факторах формирования туристско-рекреационного пространства от других послойных образований общественно-географического пространства, требуется переосмысление существующих законов и закономерностей его развития.

Для изучения ментального туристско-рекреационного пространства предлагается метод анализа цифровых следов, который был апробирован на примере Кировской области. На предварительном этапе была сформирована база отзывов туристов и жителей Кировской области. Данные отзывы размещены на портале TripAdvisor и содержат эмоциональную оценку от взаимодействия с компонентами реального туристско-рекреационного пространства региона.

Текстовый анализ цифровых следов позволил определить индекс тональности отзывов и ключевые точки, а также обозначить проблемные зоны в ментальном туристско-рекреационном пространстве Кировской области.

Наибольшие проблемы в развитии туризма характерны для транспортной инфраструктуры и уровня сервиса в обслуживании пассажиров. Данные проблемы важно решить в первую очередь, так как вокзалы и аэропорт являются первыми точками взаимодействия с туристами, и эмоции, получен-

ные в них, зачастую влияют на восприятие всего туристско-рекреационного пространства. Также возникает необходимость усилить контроль и наладить мониторинг за качеством реализации услуг иных сервисных предприятий, а также тех компонентов пространства, которые формируют фоновое впечатление от путешествия.

Географический анализ позволил определить территориальные особенности восприятия туристско-рекреационного пространства городов Кировской области. В области только три города, туристско-рекреационное пространство которых позитивно воспринимается туристами и рекреантами. Малые города и районы области воспринимаются как территории с низким уровнем сервиса и благоустройства, что негативно сказывается на количестве посетителей. Реализации туристского потенциала удаленных от областного центра территорий мешает плохое качество дорожного покрытия, а также отсутствие оборудованных для туристов мест придорожного сервиса. Большое количество негативных отзывов может отпугнуть потенциальных туристов, которые все чаще при планировании путешествия опираются на чужое мнение, зафиксированное в виде цифрового следа на профильных сайтах. Ключевые проблемы, характерные для большинства малых городов, требуют взвешенного решения в реальном и ментальном простран-

стве. Зачастую негативный образ может быть более стойким, и исправить его только лишь устранением проблемы в реальном пространстве невозможно.

Анализ изменения индекса тональности в динамике выявил негативную тенденцию ухудшения восприятия туристско-рекреационного пространства Кировской области. Доля положительных отзывов снижается, снижается и доля Кировской области среди регионов России по объему потребления услуг предприятий туристской индустрии. Однако выявленная зависимость между изменением индекса тональности и показателями развития туризма требует дополнительного доказательства на примере остальных регионов России.

Таким образом, предложенный алгоритм текстового анализа ментального туристско-рекреационного пространства позволяет получить результаты, которые могут использоваться как для совершенствования деятельности отдельных организаций, так и улучшения свойств реального туристско-рекреационного пространства. Дальнейшие перспективы исследований ментального туристско-рекреационного пространства связаны с совершенствованием инструментария исследования и расширением базы отзывов, апробацией методики в отношении других регионов России, поиском закономерностей влияния ментального на реальное туристско-рекреационное пространство.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александрова А.Ю. Изменение туристского геопространства в эпоху всеобщей мобильности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. 2020. № 2. С. 3–12.
- Дусенко С.В. Структура и функция социального пространства туризма (социологический анализ): автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Хабаровск, 2014. 42 с.
- Замятин Д. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 3. С. 26–50.
- Катаев М.Ю., Орлова В.В., Александрова Ю.К., Петров Е.Ю. Потенциал динамического подхода анализа данных // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 28. С. 636–646.
- Коньшев Е.В. Региональная туристско-рекреационная система Кировской области в туристско-рекреационном пространстве России // География и туризм. 2018. № 2. С. 26–29.
- Мажар Л.Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. № 1. С. 16–23.
- Митягина Е.В., Коньшев Е.В., Чернышев К.А., Сайфулин Э.Р. Цифровые следы выпускников вузов при исследовании миграции из регионов-доноров // Вестн. Томского гос. ун-та. 2021. № 467. С. 144–155. DOI: 10.17223/15617793/467/18.
- Поросенков Ю.В., Худякова Т.М. Формирование отечественной рекреационной географии и проблемы социально-экономико-географических исследований рекреационной деятельности // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Серия: География. Геоэкология. 2009. № 2. С. 5–11.
- Потапов И.А. Особенности туристского развития города Коуволы (Финляндия) // Географический вестник. 2020. № 4(55). С. 181–189.
- Рахманов А.Б. Структура привлекательности городов России: переночевать в Москве, погулять по Петербургу и поесть в Казани // Вестн. Томского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2019а. № 49. С. 124–139.
- Рахманов А.Б. Туризм и структура привлекательности мегаполисов Балтийского региона // Балтийский регион. 2019б. Т. 11. № 2. С. 73–93.
- Соколова А.А. Виртуальное освоение и виртуальные образы региона (по данным Google Earth и Panoramio) // Известия Русского географического общества. 2010. Т. 142. № 6. С. 31–40.
- Тарасенок А.И. Новые подходы к структурированию туристского пространства: от рекреационных районов к геоэкономическим системам // Вестник БГУ. Сер. 2. Химия. Биология. География. 2010. № 1. С. 95–98.

- Шарыгин М.Д., Столбов В.А. Теоретико-методологические аспекты поиска законов и закономерностей в общественной географии // Географический вестник. 2020. № 1(52). С. 22–32. DOI: 10.17072/2079-7877-2020-1-22-32.
- Шарыгин М.Д., Коньшев Е.В. Туристско-рекреационное пространство: географические особенности формирования, территориализации и функционирования // Пространственная организация общества: теория, методология, практика: сб. материалов Международной научно-практической конференции, Пермь, 07–11 ноября 2018 г. / под ред. Т.В. Субботиной, Л.Б. Чупиной. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2018. С. 115–119.
- Щекотин Е.В., Коварж Г.Ю., Гойко В.Л., Петров Е.Ю., Бакулин В.В. Оценка качества жизни населения регионов РФ на основе цифровых данных: методологические аспекты // Векторы благополучия: экономика и социум. 2020. № 3(38). С. 138–156.
- Kowalczyk A. The phenomenology of tourism space, *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 9–15.
- Lee J., Benjamin S., Childs M. Unpacking the Emotions behind TripAdvisor Travel Reviews: The Case Study of Gatlinburg, Tennessee, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2020, DOI: 10.1080/15256480.2020.1746219.
- Leung D., Law R., Hoof van H., Buhalis D. Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2013, vol. 30:1-2, p. 3–22, DOI: 10.1080/10548408.2013.750919.
- Liszewski S. Przestrzeń turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie, *Turyzm (Łódź)*, 2006, t. 16, z. 2, p. 7–19.
- Nilashi M., Ibrahim O., Yadegaridehkordi E., Samad S., Akbari E., Alizadeh A. Travelers decision making using online review in social network sites: a case on Tripadvisor, *Journal of Computational Science*, 2018, vol. 28, p. 168–179, DOI: 10.1016/j.jocs.2018.09.006.
- Nowacki M., Niezgoda A. Identifying unique features of the image of selected cities based on reviews by Trip Advisor portal users, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2020, vol. 20:5, p. 503–519, DOI: 10.1080/15022250.2020.1833362.
- O'Connor P. Managing a Hotel's Image on TripAdvisor, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2010, vol. 19:7, p. 754–772, DOI: 10.1080/19368623.2010.508007.
- Roshi E. Conjoint analysis and online forums on cultural heritage in Albania – analysing Tripadvisor reviews, *European Journal of Economics and Management Sciences*, 2018, no. 1, p. 3–14.
- Sangkaew N., Zhu H. Understanding Tourists' Experiences at Local Markets in Phuket: An Analysis of TripAdvisor Reviews, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2020, DOI: 10.1080/1528008X.2020.1848747.
- Stoleriu O.M., Brochado A., Rusu A., Lupu C. Analyses of Visitors' Experiences in a Natural World Heritage Site Based on TripAdvisor Reviews, *Visitor Studies*, 2019, vol. 22:2, p. 192–212, DOI: 10.1080/10645578.2019.1665390.

Электронный ресурс

ЕМИСС – Единая межведомственная информационно-статистическая система: государственная статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/organizations/> (дата обращения 25.11.2021).

Поступила в редакцию 07.12.2021

После доработки 25.02.2022

Принята к публикации 09.03.2022

## METHODS OF STUDYING MENTAL TOURIST-RECREATION SPACE BASING ON TOURIST REVIEWS (CASE STUDY OF THE KIROV REGION)

E.V. Konyshev

Perm State National Research University, Department of Social-Economic Geography, Acting Head of the Department;  
Vyatka State University, Department of Tourism and Personnel Management,  
Associate Professor, Ph.D. in Geography; e-mail: konj@bk.ru

Impressions become a key criterion of the effective organization of recreation and tourism in the modern world. The efforts of organizations of the tourist and recreational complex are directed at forming impressions, scenarios of tourist products are being built, and tourists share their impressions on the Internet. The relevance of studying the mental tourist and recreational space using new methods of digital analysis is increasing. The method of text analysis is advisable to assess the mental tourist and recreational space, because the feedback of tourists fixes the emotional state and the impressions of interaction with the real component of tourist and recreational space. The paper presents an analytical review of scientific approaches to the study of mental tourist and recreational space, the application of methods for its assessment and the analysis of digital trail of tourists, as well as the experience of applying text analysis to study the tourist reviews. The information base of the study was compiled from the reviews of tourists and recreants downloaded from the Tripadvisor platform. Feedback base processing and text analysis was carried out using the PolyAnalyst program. The database consisted of 6,300 reviews. The sentiment index was calculated, keywords were extracted, and the relationship of terms was determined to find the key attributes of the mental tourist and recreational space. A component-by-component analysis of the sentiment index and the analysis of its changes from 2013 to 2021 were carried out. Additionally, a geographical analysis was carried out with the identification of territorial features of the percep-

tion of tourist and recreational space of the cities of the Kirov region. Conclusions are made about the negative perception of transport infrastructure, natural objects and recreational areas, as well as the improvement of the territory of settlements of the Kirov region. The increasing share of negative reviews was recorded over time. The results of the investigation could be useful to eliminate the problems of interaction between the population and the components of the real tourist and recreational space and to adjust the regional tourism policy. The proposed methodology could be applied to assess the mental tourist space in other regions of Russia and the world.

**Keywords:** PolyAnalyst, Tripadvisor, text analysis, the sentiment index

## REFERENCES

- Aleksandrova A.Yu. Izmenenie turistskogo geoprostranstva v epokhu vseobshchei mobil'nosti [Changes of touristic geo-space in the epoch of universal mobility], *Vestn. Mosk. un-ta, Ser. 5, Geogr.*, 2020, no. 2, p. 3–12. (In Russian)
- Dusenko S.V. *Struktura i funktsiya sotsial'nogo prostranstva turizma (sotsiologicheskii analiz)* [The structure and function of the social space of tourism (sociological analysis)], Ph.D. Thesis in Sociology, Khabarovsk, 2014, p. 42. (In Russian)
- Kataev M.Yu., Orlova V.V., Aleksandrova Yu.K., Petrov E.Yu. Potentsial dinamicheskogo podkhoda analiza dannykh [Potential of the Dynamic Data Analysis Approach], *Innovatsii, Nauka, Obrazovanie*, 2021, no. 28, p. 636–646. (In Russian)
- Konyshev E.V. Regional'naya turistsko-rekreatsionnaya sistema Kirovskoi oblasti v turistsko-rekreatsionnom prostranstve Rossii [Regional tourist and recreational system of the Kirov region in the tourist and recreational space of Russia], *Geografiya i turizm*, 2018, no. 2, p. 26–29. (In Russian)
- Kowalczyk A. The phenomenology of tourism space, *Tourism*, 2014, vol. 24, no. 1, p. 9–15.
- Lee J., Benjamin S., Childs M. Unpacking the Emotions behind TripAdvisor Travel Reviews: The Case Study of Gatlinburg, Tennessee, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2020, DOI: 10.1080/15256480.2020.1746219.
- Leung D., Law R., Hoof van H., Buhalis D. Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2013, vol. 30:1–2, p. 3–22, DOI: 10.1080/10548408.2013.750919.
- Lisowski S. Przestrzenie turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie, *Turyzm* (Łódź), 2006, t. 16, z. 2, p. 7–19.
- Mazhar L.Yu. Turizm v prostranstve i vremeni: vzglyad geografa [Tourism in space and time: a geographer's view], *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2014, no. 1, p. 16–23. (In Russian)
- Mityagina E.V., Konyshev E.V., Chernyshev K.A., Saifulin E.R. Tsifrovye sledy vypusnikov vuzov pri issledovanii migratsii iz regionov-donorov [Digital traces of university graduates in the study of migration from donor regions], *Vestn. Tomskego gos. un-ta*, 2021, no. 467, p. 144–155, DOI: 10.17223/15617793/467/18. (In Russian)
- Nilashi M., Ibrahim O., Yadegaridehkordi E., Samad S., Akbari E., Alizadeh A. Travelers decision making using online review in social network sites: a case on Tripadvisor, *Journal of Computational Science*, 2018, vol. 28, p. 168–179, DOI: 10.1016/j.jocs.2018.09.006.
- Nowacki M., Niezgoda A. Identifying unique features of the image of selected cities based on reviews by TripAdvisor portal users, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2020, vol. 20:5, p. 503–519, DOI: 10.1080/15022250.2020.1833362.
- O'Connor P. Managing a Hotel's Image on TripAdvisor, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2010, vol. 19:7, p. 754–772, DOI: 10.1080/19368623.2010.508007.
- Porosenkov Yu.V. Formirovanie otechestvennoi rekreatsionnoi geografii i problemy sotsial'no-ekonomiko-geograficheskikh issledovaniy rekreatsionnoi deyatel'nosti [Formation of domestic recreational geography and the problems of socio-economic-geographical study of recreational activities], *Vestn. Voronezhskogo gos. un-ta, Ser.: Geografiya, Geoekologiya*, 2009, no. 2, p. 5–11. (In Russian)
- Potapov I.A. Osobennosti turistskogo razvitiya goroda Kouvola (Finlyandiya) [Specific features of tourism development in the city of Kouvola (Finland)], *Geograficheskii vestn.*, 2020, no. 4 (55), p. 181–189. (In Russian)
- Rakhmanov A.B. Struktura privlekatel'nosti gorodov Rossii: perenochevat' v Moskve, pogulyat' po Peterburgu i poest' v Kazani [Structure of the attractiveness of Russian cities: spending a night in Moscow, walking around St. Petersburg and eating in Kazan], *Vestn. Tomskego gos. un-ta, Filosofiya, Sotsiologiya, Politologiya*, 2019, no. 49, p. 124–139. (In Russian)
- Rakhmanov A.B. Turizm i struktura privlekatel'nosti megalopolisov Baltijskogo regiona [Tourism and the structure of attractiveness of the Baltic region megalopolises], *Baltiiskii region*, 2019, vol. 11, no. 2, p. 73–93. (In Russian)
- Roshi E. Conjoint analysis and online forums on cultural heritage in Albania – analysing Tripadvisor reviews, *European Journal of Economics and Management Sciences*, 2018, no. 1, p. 3–14.
- Sangkaew N., Zhu H. Understanding Tourists' Experiences at Local Markets in Phuket: An Analysis of TripAdvisor Reviews, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2020, DOI: 10.1080/1528008X.2020.1848747.
- Sharygin M.D., Stolbov V.A. Teoretiko-metodologicheskie aspekty poiska zakonov i zakonomernostei v obshchestvennoi geografii [Theoretical and methodological aspects of the search for laws and regularities in social geography], *Geograficheskii vestnik*, 2020, no. 1(52), p. 22–32, DOI: 10.17072/2079–7877–2020–1–22–32. (In Russian)
- Sharygin M.D., Konyshev E.V. [Tourist and recreational space: geographical features of formation, territorialization and functioning], *Prostranstvennaya organizatsiya obshchestva: teoriya, metodologiya, praktika* [Spatial organization of society: theory, methodology, practice] Perm', Permskii gosudarstvennyi natsional'nyi issledovatel'skii universitet, 2018, p. 115–119. (In Russian)
- Shchekotin E.V., Kovarz G.Yu., Goiko V.L., Petrov E.Yu., Bakulin V.V. Otsenka kachestva zhizni naseleniya re-

- gionov RF na osnove tsifrovyykh dannyykh: metodologicheskie aspekty [Assessment of the quality of life of the population of RF regions on the basis of digital data: methodological aspects], *Vektory blagopoluchiya: ekonomika i sotsium*, 2020, no. 3 (38), p. 138–156. (In Russian)
- Sokolova A.A. Virtual'noe osvoenie i virtual'nye obrazy regiona (po dannym Google Earth i Panoramio) [Virtual exploration and virtual images of a region (according to Google Earth and Panoramio)], *Izvestiya Russkogo geograficheskogo obshchestva*, 2010, vol. 142, no. 6, p. 31–40. (In Russian)
- Stoleriu O.M., Brochado A., Rusu A., Lupu C. Analyses of Visitors' Experiences in a Natural World Heritage Site Based on TripAdvisor Reviews, *Visitor Studies*, 2019, vol. 22:2, p. 192–212, DOI: 10.1080/10645578.2019.1665390.
- Tarasenok A.I. Novye podkhody k strukturirovaniyu turist-skogo prostranstva: ot rekreatsionnykh raionov k geoeconomicheskim sistemam [New approaches to structuring the tourist space: from recreational areas to geoeconomic systems], *Vestn. BGU, Ser. 2, Khimiya, Biologiya, Geografiya*, 2010, no. 1, p. 95–98. (In Russian)
- Zamyatin D. Gumanitarnaya geografiya: prostranstvo, voobrazhenie i vzaimodeistvie sovremennykh gumanitarnykh nauk [Humanitarian Geography: Space, Imagination and Interaction of Contemporary Humanities], *Sotsiologicheskoe obozrenie*, 2010, vol. 9, no. 3, p. 26–50. (In Russian)
- Web sources*
- Edinaya mezhvedomstvennaya informacionno-statisticheskaya sistema [Unified interdepartmental information and statistical system], URL: <https://www.fedstat.ru/organizations/> (access date 11.25.2021). (In Russian)
- EMISS – Edinaya mezhvedomstvennaya informatsionno-statisticheskaya sistema: gosudarstvennaya statistika [Unified Interdepartmental Information and Statistical System: State Statistics], URL: <https://www.fedstat.ru/organizations/> (access date 25.11.2021).

Received 07.12.2021

Revised 25.02.2022

Accepted 09.03.2022