

Региональный фестиваль в формировании имиджа Якутии

*Виниченко В.А., доцент
кафедры рекламы и связей с общественностью
ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова»
Россия, Якутск
e-mail: vera_vinichenko@mail.ru*

Формирование привлекательного имиджа региона является одной из первоочередных задач, которые еще решаются в процессе социально-экономического развития территории Республики Саха (Якутия). Это актуальный вопрос настоящего времени, требующий значительных финансовых, человеческих, информационных, производственных, культурных и природных ресурсов. От результатов решения насущного вопроса зависит многое: уровень деловой и социальной конкурентоспособности территории; привлечение инвестиционных программ, государственных заказов, квалифицированных специалистов; развитие индустрии гостеприимства, что, в конечном счете, должно положительно отразиться на уровне благосостояния жителей республики.

Общепринятого понятия «имидж территории» вследствие многозначности категории пока еще не сложилось. Мы ориентировались на определение, данное исследователями Н.С. Бикен и С.Л. Сибатян [1]. Они считают, что имидж территории – это «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, убеждений и впечатлений людей в отношении данного места, возникающие в результате сопоставления всех характеристик территории, личного опыта посещения территории и слухов, как неофициальной, но очень важной информации, влияющей на создание определенного образа. Основой имиджа территории выступают внешние и внутренние ее характеристики (территориальная индивидуальность), некоторые из которых невозможно изменить: природные, климатические географические особенности, культурные ценности, историю».

И.С. Важенина и С.Г. Важенин [2] рассматривают территориальную индивидуальность как генеральную совокупность характеристик, отличающих одну территорию от другой. Все особенности и ресурсы территории структурированы авторами в три блока: природные, демографические, исторические, социальные и культурные особенности и ресурсы; экономические особенности и ресурсы; организационно-правовые, информационные особенности и ресурсы. В первый блок включены сырьевые ресурсы; уровень и качество жизни населения; социальная политика и инфраструктура; культурное наследие. Во второй блок вошли уровень развития и особенности экономики региона; производственная инфраструктура; трудовые ресурсы, наличие квалифицированной рабочей

силы, занятость; инвестиционный потенциал и инновации; финансы; уровень деловой активности, степень благоприятности для бизнеса. Третий блок охватывает информационные и консалтинговые ресурсы, аудит; рекламный рынок и PR-услуги; институциональный капитал, законодательство; эффективность правительства; репутацию руководства.

Т.А. Пашкина [3] предлагает следующую схему последовательных действий по формированию имиджа территории: определение цели формирования имиджа; вычленение аудитории имиджа и изучение ее ожиданий по отношению к территории; выбор необходимых инвариантных компонентов имиджа территории; выбор необходимых вариативных компонентов имиджа территории; определение технологий формирования имиджа; выбор наиболее эффективных каналов коммуникации; разработка и реализация единой программы действий; мониторинг и корректировка действий; анализ эффективности.

Инструменты формирования привлекательного имиджа и позитивной репутации региона включают разработку официальной символики (герб, флаг, гимн и др.); стратегическое планирование; информационные компании, PR, рекламу; специальные региональные интернет-сайты; организацию выставок, ярмарок; участие в интеграционных проектах, в международных союзах, фондах; организация симпозиумов, конференций, форумов; участие территории в конкурсах, рейтингах; лоббирование; культурные, спортивные и другие массовые мероприятия; публикация достоверной статистической отчетности; активная инвестиционная и инновационная политика; прогрессивное законодательство, налоговые льготы [4].

Организация и реализация мероприятий по формированию имиджа территории должны быть направлены на решение определенных задач [3]. Это формирование в обществе необходимого уровня знаний о территории; позитивного имиджа и репутации территории; формирование у представителей целевой аудитории потребности в той или иной форме сотрудничать с территорией; формирование в обществе позитивного имиджа и репутации территориальных органов власти; формирование позитивного имиджа и репутации предприятий, организаций и персонала, работающих на территории.

Значимая роль в формировании привлекательного имиджа Республики Саха предназначена для Всероссийского фестиваля «Зима начинается с Якутии», который прошел в г. Якутске с 26 ноября по 6 декабря 2018 г. Данное мероприятие проводится с 2011 г. и знаменует начало предновогодней кампании в России. Именно Якутия первой торжественно встречает зиму, зажигая 1 декабря с помощью сказочных персонажей первую новогоднюю елку страны, а главное действующее лицо – Дед Мороз – специально приезжает из г. Великий Устюг.

Фестиваль имеет заслуженные награды. В 2016 г. данное мероприятие было отмечено Национальной премией в области событийного туризма «Russian Event Awards» и стало обладателем Гран-при в трех номинациях: «Лучшее туристическое событие в области гастрономического туризма»,

«Лучшее туристическое событие по популяризации народных традиций и промыслов», «Лучшее детское туристическое событие».

В ноябре 2018 г. фестиваль прошел восьмой раз и состоял из 20 различных мероприятий. У горожан и гостей столицы была возможность посетить целый ряд интересных выставок, конкурсов, представлений, концертных программ. Рассмотрим наиболее значимые из них.

Например, международный конкурс ледовых и снежных скульптур «Бриллианты Якутии», который проходил 26 ноября в Ледовом городке «Северное сияние». Участниками конкурса в этом году стали 25 команд, среди которых были представители Китая, Монголии, Белоруссии и Канады. Работы участников оценивало профессиональное жюри из художников и скульпторов России и Якутии. В качестве приза выступал денежный сертификат на 130.000 рублей.

Долгожданным мероприятием стала ярмарка меха и унтов «Тепло Якутии», которая впервые прошла в г. Якутске с 30 ноября по 2 декабря 2018 г. Ведущие российские и местные производители представили новинки меховой моды – унты, шубы, головные уборы, рукавицы, сувениры. Ключевым мероприятием стал эксклюзивный показ коллекции меховой одежды от И. Крутиковой, известного дизайнера, лауреата государственной премии России в области литературы и искусства, академика Российской Академии Художеств, общепризнанного эксперта в меховой промышленности.

В рамках фестиваля состоялся ежегодный кулинарный конкурс «Вкус Якутии», где была представлена не только якутская и русская, но и грузинская, украинская, корейская, китайская, японская, бурятская, узбекская, даже баварская и ирландская кухни. Известные рестораны города предложили попробовать повседневные, праздничные и обрядовые блюда разных национальных культур. Все блюда готовились по старинным традиционным рецептам с применением современных технологий. Конкурс проходил в номинациях «За лучшие вкусовые качества и профессиональное мастерство», «За раскрытие тематики кухни народов мира», «За самую оригинальную кулинарную композицию».

Также было несколько спортивных мероприятий. Например, 2-3 декабря в Республиканском центре национальных видов спорта имени В. Манчаары и в Центре спортивной подготовки «Триумф» прошли соревнования по северному многоборью «Игры народов Севера». Спортсмены соревновались по следующим видам: метание аркана, прыжки через нарты, северный тройной прыжок, стрельба из лазерной винтовки, состязание по разделке строганины, которая считается деликатесом, любимым блюдом местных жителей.

Организаторы фестиваля обеспечили фестивалю внушительное информационное сопровождение. Для освещения мероприятий было задействовано более 80 журналистов. Подробную информацию о фестивале разместили не только в местных печатных СМИ, но и на различных информационных Интернет-порталах и сайтах: Ysia.ru, sakhatimes.ru, Sakha.ru, Yakutia.com, portal.b14.ru, SakhaLife.ru, Ulus.media, yakutia.info, keskil4.ru и

других. Использовались и социальные сети: «Facebook», «Twitter», «Instagram», «ВКонтакте». Организаторы также создали сайт, посвященный фестивалю – winteryakutia.ru, на котором можно было посмотреть не только программу фестиваля, но и подробно узнать о каждом событии в отдельности. Таким образом, активная деятельность местных печатных и электронных средств массовой информации была значимым вкладом в процесс формирования привлекательного имиджа Республики Саха (Якутия).

Различные мероприятия фестиваля «Зима начинается с Якутии» послужили отличным информационным поводом для размещения материалов о национальной самобытной культуре народа саха, проживающего на уникальной территории, посещение которой возможно будет интересно для любителей этнографического, экстремального и экотуризма. Новости, репортажи, пресс-релизы, исторические справки, разнообразные сообщения о фестивале послужат благодатной почвой для формирования положительного образа республики, притягательного имиджа своеобразной территории.

Список литературы:

1. Бикен, Н.С., Смбатян, С.Л. Особенности формирования имиджа территории // Вестник университета, 2015. – №10. – С. 293.
2. Важенина, И.С., Важенин, С.Г. Имидж как конкурентный ресурс региона // Регион: экономика и социология, 2006. – № 4. – С. 75.
3. Пашкина, Т.А. Понятие «имидж территории» в современной науке и практике // Известия Саратовского университета. Серия «Социология. Политология», 2012. –Том 12. – №2. – С. 65.
4. Важенина, И.С. Формирование имиджа и репутации территории: основные технологии // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2011. – №20 (113). – С. 9.