

Формирование идентичности как инструмент маркетинга территории

Вайсман В.Б.

доцент кафедры маркетинга

Пермского государственного национального исследовательского университета,

e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Россия, Пермь

Колмогорова Д.М.

кандидат политических наук

Заместитель директора департамента,

начальник отдела международных связей департамента протокола и международных связей

Аппарата Правительства Пермского края, Россия, Пермь

Асырева А.А.

ассистент кафедры маркетинга

Пермского государственного национального исследовательского университета,

e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Россия, Пермь

Аннотация: Положительное развитие региона в современных условиях зависит от имиджа региона. Имидж региона не может развиваться более эффективно, если в сознании людей, проживающих на одной территории, нет чувства принадлежности к своему городу. Опираясь на исследования ученых, выделены основные параметры идентичности и обозначены проблемы «пермской идентичности». Приведены такие понятия, как «имидж региона» и «региональная идентичность». На примере проекта «Пермь и Пермьяки» рассматривается один из возможных способов конструирования городской идентичности. Выделены три основных этапа проекта. Основными ожидаемыми результатами предложенного проекта станут улучшение архитектурного облика города и занятость населения в реализации социально-культурного проекта. Также этот проект поможет развить чувство принадлежности к своему городу и визуализировать собирательный образ «пермяка».

Ключевые слова: имидж региона, региональная идентичность, параметры идентичности, конструирование городской идентичности, проект «Пермь и Пермьяки».

В современных условиях, грамотно созданный имидж региона (территории), оказывает влияние на уровень его привлекательности для инвесторов, на целостность и непротиворечивость принятия самого регионального пространства его жителями, и, как следствие, на экономическое и социальное развитие региона в целом. Идентичность региона является главным аспектом в положительном развитии имиджа региона [1].

Термин «Региональная идентичность» вошел в науку в начале XX в. после выхода в свет трудов Э. Эриксона, который взял за основу термин «идентификация», впервые примененный З. Фрейдом. Таким образом, «региональная идентичность» – это мысли и чувства субъекта относительно региона, которые формируют территориальную принадлежность индивида [2].

Л. Э. Старостова Д. В. Руденкин рассматривают идентичность города Екатеринбурга через такие параметры как: место жительства в стереотипных ассоциациях жителей города; объект репрезентации посторонним (иностранным гостям), столица Урала; город на границе Европы и Азии и город международных мегасобытий [3].

В некоторых городах России идентичность формируется через историю. Например, такие города, как Волгоград – город герой, город Владимир как один из самых главных городов туристического маршрута России «Золотое кольцо», Углич – как место смерти царевича Димитрия.

О.В. Лысенко, А. В. Шишигин считают, что Пермская идентичность выражается через следующие критерии: место рождения, срок проживания, наличие особого характера, наличие поведенческих особенностей. В ходе проведенного опроса было выявлено, что более 80% респондентов считает, что отличительной особенностью пермяков от жителей других регионов является манера речи. Таким образом, участники опроса считают, что самая яркая черта пермяка – это пермский говор. Такие позиции, как «ответственное отношение к труду», «высокий темп жизни», «большие культурные запросы» набрали равное количество как положительных, так и отрицательных оценок [4].

Результаты многочисленных исследований, показывают, что 90% опрошенных жителей города считают себя «пермяками», из них 78% абсолютно уверенно относят себя к таковым. Главным фактором, позволяющим большинству людей приписывать себе «пермскость», является значительный срок проживания в городе и место рождения, но не чувство принадлежности к городскому сообществу, объединенному общей историей, целями, особенностями мировоззрения или чертами характера [4].

В статье рассмотрен проект «Пермь и Пермьяки». Основной идеей проекта является, конструирование городской идентичности, и визуализация собирательного образа «пермяка».

Рассмотрим основные этапы реализации проекта «Пермь и пермяки». (рис. 2)



Первой и значимой частью данного проекта станет создание комплекса городской скульптуры «Пермь и пермяки» на театральной площади в центре города. Основной особенностью комплекса (которая найдет свое отражение в Положении о конкурсе на лучшую городскую скульптуру) станет общая объединяющая тема образа «Пермяка».

Второй важной частью проекта станет организация массовых мероприятий, направленных на актуализацию городской идентичности. Эта часть позволит выразить локальную идентичность в принятии, сохранении и трансляции местным населением городских символов (в том числе - символических личностей), поддержании существующих ценностей и выражении эмоций по отношению к конкретным событиям (мероприятиям), происходящим на территории города.

Также важнейшим источником влияния на формирование городской идентичности и инструментом её конструирования являются средства массовой коммуникации.

Поэтому третьей частью проекта станет медиа-проект «Пермь и Пермьяки», направленный на информирование жителей Перми обо всех главных событиях проекта и в оригинальной форме исследующий феномен «пермского характера», предлагающий осмысление своего локального исторического опыта и своеобразия.

При реализации этапов данного проекта, нужно учесть возможные риски и найти пути предотвращения негативных последствий. Для этого был проведен STEP анализ проекта.

Таблица 1. STEP анализ проекта «Пермь и пермяки»

п/п	Виды рисков	Методы предотвращения
1.	Социальные риски: <i>Низкая активность местного населения</i> <i>Непринятие населением смыслов и образов</i>	<ul style="list-style-type: none"> Широкое анонсирование проекта в СМИ; Информирование местного населения о ходе проекта; Информирование местного населения о промежуточных результатах проекта; Информирование местного населения о результатах проекта. Использование социальных сетей и опросов фокус-групп для выслушивания мнения населения. Мониторинг и анализ общественного мнения.
2.	Технические риски: <i>Сложности в изготовлении и монтаже малых архитектурных форм и скульптур</i>	<ul style="list-style-type: none"> Изучение опыта разных городов в создании подобных скульптурных комплексов; Привлечение профессионалов и специалистов.
3.	Экономические риски: <i>Удорожание изготовления арт - объектов и проведения мероприятий</i>	<ul style="list-style-type: none"> Объединение мероприятий и мультиплицирование социально-культурных эффектов; Привлечение дополнительного финансирования коммерческих структур
4.	Политические риски: <i>Изменение управленческой команды</i>	<ul style="list-style-type: none"> Подготовка системных документов, регламентирующих ход проекта независимо от персоналий; Привлечение партнеров проекта – культурных и образовательных учреждений для расширения аудитории активных участников проекта.

Рассмотрим ожидаемые результаты проекта.

1. установка на театральной площади комплекса городской скульптуры «Пермь и пермяки», всего не менее 5 скульптур;
2. проведение массовых мероприятий, в которых примут активное участие не менее 75 700 чел.;
3. зрителями и участниками медиа-проекта «Пермь и пермяки» станут не менее 860 000 чел.

Также нужно отметить, что положительным эффектом будет занятость населения в реализации социально-культурного проекта. Использование инновационных, социальных и культурных технологий позволит разнообразить и диверсифицировать спектр культурных продуктов, предлагаемых аудитории.

Отдаленными результатами реализации проекта могут стать:

- благоприятный городской социально-психологический климат,
- заинтересованность граждан в создании и совершенствовании городской инфраструктуры и мест работы и отдыха,
- развитие городского пространства;
- консолидация жителей города вокруг общих задач и проблем,
- политическая стабильность,
- социальная стабильность города Перми.

В результате реализации проекта «Пермь и пермяки» будет сделан серьезный шаг в конструировании городской идентичности через актуализацию чувства принадлежности к городскому сообществу во всем его многообразии и визуализацию собирательного образа «Пермяка».

Список литературы

1. Панина А.В. Формирование имиджа территории в контексте развития региональной идентичности населения. Проблемы гражданской и региональной идентичности в Современной России: сборник научных трудов – 2015. Ульяновск: УЛГТУ. 79-81 с. URL: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2015/153.pdf>
2. Гусев А. А. Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России. Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России. Сборник научных трудов. — 2015. Ульяновск. УЛГТУ. 3-4 с. URL: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2015/153.pdf>;
3. Старостова Л. Э. Мультимодальная территориальная идентичность: город-для-себя и город-для-другого (по результатам опроса жителей Екатеринбурга) / Л. Э. Старостова, Д. В. Руденкин // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2017. Т. 23, № 2 (162). 175-187 с.
4. Лысенко О.В., Шишигин А. В.. Пермь, как стиль. Презентация пермской городской идентичности. Пермь. 2013. URL: http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2013/12/Perm_kak_stil.pdf;
5. Лысенко А. Д. Понятие «малой родины» как основа межрегиональной идентичности. Сборник научных трудов. — Ульяновск, 2015. 127-129 с. URL: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2015/153.pdf>.
6. Кельбах Е.И., Пьянков В.В. Маркетинг территории как инструмент повышения конкурентоспособности малых городов. Интернет-журнал Науковедение — Москва, 2014, № 5(24) - с 99.