

Имидж региона: на примере Республики Саха (Якутия)

Сардана Николаевна ФЕДОРОВА, Сайына Евгениевна КИРОВА

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова»
677000, Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Белинского, 58
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6013-3599>, e-mail: vip.sardana@mail.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7238-9738>, e-mail: skirova2000@mail.ru

Region image: on example of Sakha Republic (Yakutia)

Sardana N. FEDOROVA, Saina E. KIROVA

M.K. Ammosov North-Eastern Federal University
58 Belinsky St., Yakutsk 677000, Republic of Sakha (Yakutia), Russian Federation
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6013-3599>, e-mail: vip.sardana@mail.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7238-9738>, e-mail: skirova2000@mail.ru

Аннотация. Формирование имиджа региона приобретает в настоящее время особую значимость, поскольку именно благодаря ему территория становится известной и узнаваемой, появляются возможности для ее укрепления и проявления активности на внутреннем и мировом рынке. Положительный имидж территории способствует улучшению инвестиционного климата, ее благоустройству и развитию туристической инфраструктуры, увеличению доходов сферы услуг и повышению уровня конкурентоспособности. В связи с этим обращение авторов к данной теме представляется актуальным. Предложен научный обзор дефиниций «имидж», «имидж региона». Посредством сопоставительного анализа выделены современные подходы к исследованию имиджа региона. Обосновано, что благоприятные природное и культурное наследие края дает все возможности для позиционирования края как инвестиционно привлекательного региона. Проанализированы объективные, субъективные факторы и проблемы для формирования позитивного имиджа региона. Также сформировано описание достопримечательностей Якутии как реклама и путеводитель для потенциальных туристов, имиджевый потенциал республики. Результатом исследования стал вывод о том, что формирование благоприятного имиджа региона даст возможность предложить мировому сообществу свой привлекательный край, который обладает благоприятными природными, культурно-историческими, социально-культурными условиями.

Ключевые слова: имидж; регион; территория; позиционирование; потенциал

Для цитирования: Федорова С.Н., Кирова С.Е. Имидж региона: на примере Республики Саха (Якутия) // Неофилология. 2019. Т. 5, № 18. С. 202-206. DOI 10.20310/2587-6953-2019-5-18-202-206

Abstract. Development of region image now gains the central importance as exactly because of it the territory becomes well-known and recognizable. Possibilities appear for region's strengthening and activity manifestation in the domestic and world market. The positive territory image contributes to the improvement of investment climate, improvement and development of tourist infrastructure, increase in revenues of service sector and increase in competitiveness level. In this regard, we consider this subject relevant. We present the scientific review of definitions "image" and "region image". We allocate the contemporary approaches to a research of region image by means of the comparative analysis. We prove that the favorable natural and cultural region heritage gives all opportunities for region positioning as an attractive investment. We analyze objective, subjective factors and problems for positive region image development. We also describe sights of Yakutia as advertising and the guide for potential tourists as the image potential of the Republic. We conclude that development of favorable region image will give the opportunity to offer the interna-

tional community the attractive region which has favorable natural, cultural and historical, social and cultural conditions.

Keywords: image; region; territory; positioning; potential

For citation: Fedorova S.N., Kirova S.E. Imidzh regiona: na primere Respubliki Sakha (Yakutiya) [Region image: on example of Sakha Republic (Yakutia)]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2019, vol. 5, no. 18, pp. 202-206. DOI 10.20310/2587-6953-2019-5-18-202-206 (In Russian, Abstr. in Engl.)

ВВЕДЕНИЕ

В XXI веке позиционирование территории и региона стало весьма актуальным объектом для научных исследований в различных направлениях науки. У регионов появилась возможность самостоятельно развиваться на международной арене, чтобы приобрести собственные связи для развития.

Цель данной статьи – представить сопоставительный анализ научных подходов к дефинициям «имидж территории», «имидж региона» и изучить потенциал для территориального позиционирования.

Если разобрать этимологию слова «имидж», то в Большом энциклопедическом словаре написано: (англ. Image, от лат. imago – образ, вид), целенаправленно формируемый образ (любого человека, явления, предмета), разработанный, чтобы оказать эмоциональное влияние и психологическое воздействие на кого-либо в целях продвижения, рекламы и т. п.¹

Также существуют несколько дефиниций этого термина. Например, создатель четырех научно-исследовательских направлений, таких как менталитетология, имиджелогия, ортобиотика и управленческая антропология, В.М. Шепель дает такое определение: «Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или отдельными людьми для привлечения внимания» [1, с. 8]. У известного американского теоретика маркетинга Ф. Котлера – это впечатление общества о компании или ее товаров [2, с. 307]. Специалист в области менеджмента О.С. Виханский пишет, что «это устойчивое представление об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для данного явления» [3, с. 69].

¹ Большой энциклопедический словарь. URL: <https://slovar.cc/enc/bolshoy/2087314.html> (дата обращения: 18.01.2019).

Все эти дефиниции дополняют друг друга, и на их основе можно сделать вывод, что имидж – это оценка возникшего образа, предлагаемого товара обществу, устойчивое мнение о нем в целях популяризации, привлечения внимания, рекламы. Имидж может быть и положительным, и негативным.

С изучением имиджа территории Д.П. Гавра и Ю.В. Таранова предлагают следующее определение: «это комплексная форма его коммуникации, обеспечивающая целевым аудиториям – прежде всего собственному населению, внешним партнерам, реальным и потенциальным инвесторам, туристам» [4, с. 46] – узнать о данном регионе и об отношении к нему.

Из вышесказанного можно определить, что «имидж региона» состоит из туристической привлекательности, аттрактивности территории, культуры, традиций и обычаев коренных народов, экспортируемого товара, деятельности правительства региона, ну и конечно же географического месторасположения. В данном контексте у Республики Саха (Якутия) имидж самого холодного региона с алмазами, золотом, мамонтовыми бивнями, гостеприимными народами и уникальной природой.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Основные имиджеобразующие факторы Республики Саха (Якутия) можно разделить на две группы: объективные и субъективные.

В объективные факторы входят природно-климатические условия проживания народов, от которых зависят исторические традиции и обычаи, внешнеэкономические и внешнеполитические связи; субъективные факторы – это современное состояние региона, популярность лидера региона, развитая рекламно-коммуникационная инфраструктура.

В последнее время республика позиционирует себя как особый культурный регион,

чтящий традиции народов севера, как крупный алмазодобывающий и аграрный регион, занимающийся сельским хозяйством. Контент-анализ федеральных СМИ, направленный на выяснение имиджа республики, показал, что с 2018 г. наблюдается рост позитивных публикаций о регионе. Это связано со сменой руководства региона, с 27 сентября 2018 г. избран новый Глава Республики Саха (Якутия) – Айсен Сергеевич Николаев (объективный фактор), так и целенаправленным формированием позитивного имиджа со стороны руководства (субъективный).

Но, тем не менее, существует ряд проблем социально-экономического характера и некоторые негативные стереотипы. Для формирования позитивного имиджа региона необходимо предоставление более качественных услуг туристам, расширение ассортимента услуг, строительство новых недорогих гостиниц, улучшение транспортной инфраструктуры.

Наиболее эффективными технологиями формирования имиджа являются событийные виды туризма. Туристы могут участвовать в различных международных спортивных играх, фестивалях, национальных праздниках, которые проводятся в республике.

Нужно отметить, что туризм в данном регионе находится на начальной стадии развития. Для более динамичного развития следует продвигать имидж региона. Главное преимущество республики заключается в проведении на высоком уровне различных уникальных национальных праздников, спортивных мероприятий международного уровня. Большинство мероприятий в области событийного продвижения имеют цель позиционировать положительный имидж региона, ведь «событийное продвижение – комплекс мероприятий, направленных на продвижение компаний, брендов, товаров и услуг с помощью ярких и запоминающихся событий» [5, с. 80].

В последнее время туристы со всего мира приезжают сюда, чтобы увидеть суровую, но красивую природу, почувствовать настоящий холод зимой, увидеть Встречу солнца в арктических улусах, летом чтобы познакомиться с национальным праздником Земли Олонхо Ысыахом [6]. Посетив Ысыах, можно увидеть национальные виды спорта

(Игры Тыгына), отведать национальную кухню, подпевать в круговом хороводе Осуохай, встретить солнце и познакомиться с разнообразием национальной одежды.

В Оймякон каждый год со всего мира приезжают все больше и больше туристов. Они любят искупаться в -60° С в незамерзающем термальном источнике, могут участвовать на фестивале туризма «Полюс холода», посетить резиденцию Чысхаана (якутского Деда Мороза). Здесь самая низкая температура $-67,7^{\circ}$ С официально была зафиксирована в феврале 1933 года².

Наиболее известным республиканским брендом являются алмазы. Для туристов организуются алмазные и золотые туры «В Алмазном краю». В программу данного тура входят экскурсия по городу Мирный, посещение трубки «Мир» и музея кимберлитов АК «АЛРОСА» им. Д.И. Саврасова (прим. авт. – здесь находится коллекция кимберлитов с 1970-х г.), обогатительной фабрики и цеха сортировки алмазов [7, с. 244].

В Якутске проводятся спортивные соревнования международного уровня: Международные спортивные игры «Дети Азии», чемпионаты России по вольной борьбе (2016 г.), по мас-рестлингу (2018 г.), кубок Мира по вольной борьбе (2019 г.).

Огромное значение в продвижении имиджа региона имеет природное наследие. Треть природного наследия Якутии составляют особо охраняемые природные территории (далее ООПТ). На территории республики находятся 119 ООПТ, в том числе: 62 ресурсных резервата, 13 государственных природных заказников, 26 уникальных озер, 17 памятников природы и 1 уникальный ландшафт. Площадь данных ООПТ в целом более 56,6 млн га³. В ресурсных резерватах можно увидеть бизонов, овцебыков.

Огромный интерес со стороны туристов вызывает маршрут на горы Кисилых. Это святилище природы является природным храмом, местом поклонения и благословения якутов, эвенков и юкагиров. Уникальное тво-

² Полюс холода, Оймякон, Якутия. URL: <http://kra-sotyrossii.ru/полюс-холода-оймякон-якутия> (дата обращения: 21.01.2019).

³ Отчет о деятельности ГБУ РС (Я) «Дирекция биологических ресурсов и особо охраняемых природных территорий Министерства охраны природы Республики Саха (Якутия)» за 2017 г. Якутск, 2018. С. 3.

рение природы состоит из необычных горных скал-статуй, которые похожи на людей (прим. авт. – человек по-якутски – киһи (пер. автора), отсюда и название – горы Кисилях). Геологический возраст этих скал достигает до 60 миллионов лет, и называют их Энергетическим Центром Планеты⁴.

Конечно, самой главной узнаваемой достопримечательностью является национальный природный парк «Ленские столбы», уникальный памятник природы, который вошел в список Всемирного наследия ЮНЕСКО⁵. Это скальные образования из кембрийского известняка, которые датируются ранним кембрием – 560–540 млн лет назад, высота этих скал доходит до 220 метров над уровнем реки.

Привлекают туристов круизы по рекам Якутии: Лене, Амге, Индигирке. На сплавах можно посетить Синские столбы, воочию увидеть наскальные рисунки эпохи неолита,

⁴ Священные Кисиляхские горы Якутии. URL: <http://ru.visit якутия.com/verhojanskie-kigiljahi/> (дата обращения: 18.01.2019).

⁵ Ленские столбы. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ленские_столбы (дата обращения: 21.01.2019).

гору с изображением лиц людей (Харама Хайата), порыбачить.

Во всех населенных пунктах республики есть краеведческие музеи, где можно познакомиться с культурой народов. В связи с этим для туристов предоставляется возможность увидеть не только природные достопримечательности, но и раритетные вещи, утварь, национальную одежду, кухню, узнать историю народа.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать вывод, что Республика Саха (Якутия) является специфическим уникальным уголком России. Данный регион обладает благоприятными условиями, которые могли бы привлечь туристов со всего мира. В условиях резко возросшей в последние годы конкуренции на рынке туризма повышается роль позиционирования имиджа республики. Именно формирование позитивного имиджа о республике принесет популярность среди туристов не только в России, но и за рубежом.

Список литературы

1. *Шепель В.М.* Имиджелогия: секреты личного обаяния. М.: Культура и спорт: ЮНИТИ, 1994. 320 с.
2. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент [пер. с англ. под ред. С.Г. Божук]. 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. 464 с.
3. *Виханский О.С.* Стратегическое управление. М.: Гардарики, 1998. 296 с.
4. *Гавра Д.П., Таранова Ю.В.* Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве. СПб.: С-Петербург. гос. ун-т., Высш. шк. журн. и массовых коммуникаций, 2013. 155 с.
5. *Филатова С.С.* Событийное продвижение образовательных услуг с помощью специальных событий // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. Тамбов, 2018. Т. 4. № 4. С. 80-84.
6. *Романова Е.Н.* Якутский праздник Ысыах: истоки и представления. Новосибирск: Наука, Сибирская издательская фирма, 1993. 160 с.
7. *Федорова С.Н.* Позиционирование туристического имиджа Республики Саха (Якутия) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2016. № 1. С. 243-247.

References

1. Shepel V.M. *Imidzhelogiya: sekrety lichnogo obayaniya* [Imageology: Secrets of Personal Charm]. Moscow, Culture and Sport: UNITY Publ., 1994, 320 p. (In Russian).
2. Kotler F. *Marketing menedzhment* [Marketing Management]. 2nd ed. St. Petersburg, Piter Publ., 2006, 464 p. (In Russian).
3. Vikhanskiy O.S. *Strategicheskoye upravleniye* [Strategic Management]. Moscow, Gardariki Publ., 1998, 296 p. (In Russian).
4. Gavra D.P., Taranova Y.V. *Imidzh territorial'nykh sub'yektov v sovremennom informatsionnom prostranstve* [Image of Territorial Subjects in Modern Information Space]. St. Petersburg, St. Petersburg State University, School of Journalism and Mass Communications Publ., 2013, 155 p. (In Russian).
5. Filatova S.S. *Sobytiynoye prodvizheniye obrazovatel'nykh uslug s pomoshch'yu spetsial'nykh sobytiy* [Educational services event promotion with special events]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya:*

Obshchestvennye nauki – Tambov University Review. Series: Social Sciences, 2018, vol. 4, no. 4, pp. 80-84. (In Russian).

6. Romanova E.N. *Yakutskiy prazdnik Ysyakh: istoki i predstavleniya* [Yakut Holiday Yhyakh: Origins and Understandings]. Novosibirsk, Nauka, Sibirskaya izdatel'skaya firma, 1993, 160 p. (In Russian).
7. Fedorova S.N. Pozitsionirovaniye turistichestkogo imidzha Respubliki Sakha (Yakutiya) [Positioning of tourist image of the Republic of Sakha (Yakutia)]. *Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa* [The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service], 2016, no. 1, pp. 243-247. (In Russian).

Информация об авторах

Федорова Сардана Николаевна, кандидат культурологии, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма. Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Российская Федерация. E-mail: vip.sardana@mail.ru

Вклад в статью: идея и дизайн исследования, написание текста статьи, окончательное одобрение рукописи.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6013-3599>

Кирова Сайына Евгениевна, студентка Института языков и культуры народов Северо-Востока Российской Федерации. Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Российская Федерация. E-mail: skirova2000@mail.ru

Вклад в статью: набор первичного материала, поиск и анализ литературы.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7238-9738>

Конфликт интересов отсутствует.

Для контактов:

Федорова Сардана Николаевна
E-mail: vip.sardana@mail.ru

Поступила в редакцию 22.02.2019 г.
Поступила после рецензирования 20.03.2019 г.
Принята к публикации 20.05.2019 г.

Information about the authors

Sardana N. Fedorova, Candidate of Culturology, Associate Professor of Social and Cultural Service and Tourism Department. M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Republic of Sakha (Yakutia), Russian Federation. E-mail: vip.sardana@mail.ru

Contribution: study idea and design, manuscript text drafting, final manuscript approval.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6013-3599>

Saina E. Kirova, Student of Institute of Languages and Cultures of the Peoples of the North-East of the Russian Federation. M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Republic of Sakha (Yakutia), Russian Federation. E-mail: skirova2000@mail.ru

Contribution: source material acquisition, literature search and analysis.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7238-9738>

There is no conflict of interests.

Corresponding author:

Sardana N. Fedorova
E-mail: vip.sardana@mail.ru

Received 22 February 2019
Reviewed 20 March 2019
Accepted for press 20 May 2019