

## Имидж-ресурс стратегического развития Московской области: управление символами

**Р. М. САФИУЛИНА,**

доцент кафедры «Корпоративная культура и PR», кандидат филологических наук, Московский промышленно- финансовый университет «Синергия», г. Москва, Российская Федерация.

E-mail: [ranomi-1@yandex.ru](mailto:ranomi-1@yandex.ru)

**R. SAFIULINA**

Docent at the Department of Corporate Culture and Public Relations, Candidate of Philological Sciences, Moscow University for Industry and Finance «Synergy», Moscow, Russian.

E-mail: [ranomi-1@yandex.ru](mailto:ranomi-1@yandex.ru)

*Аннотация:* В статье раскрываются особенности символической системы российских регионов на примере Московской области. Символика Подмосковья создается на базе социальных ожиданий различных групп и отвечает базовым 7 ресурсам областной власти, озвученных губернатором Московской области Воробьевым А. Ю. в рамках программы «Подмосковье. Идеология лидерства». Символическая система Московской области включает в себя государственные, политические, социальные, религиозные, этнические, мифологические, историко - художественные типы символов.

*Ключевые слова:* имидж-ресурс стратегического развития Московской области, государственная символика, PR – символика, типы символов.

### THE IMAGE RESOURCE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE MOSCOW REGION: THE SYMBOLS OF IMAGE MANAGEMENT.

*Abstract:* The article describes the features of the symbolic system of the Russian regions on the example of the Moscow region. Moscow Symbols is created on the basis of social expectations of different groups and meets the basic resources of 7 regional authorities voiced by the Governor of the Moscow Region A. Vorobyov in the Program "The Moscow Region. Leaderships Ideology". Symbolic system of the Moscow region includes the state, political, social, religious, ethnic, mythological, historical - artistic types of characters.

*Keywords:* image - resource strategic development of the Moscow region, national symbols, PR - symbols, characters types.

Наряду с понятием имиджа страны, региона важное значение в современной политической жизни приобретает понятие имидж - ресурс стратегического развития страны, региона. В основе понятия «имидж-ресурс» главное значение имеют социальные ожидания различных социальных групп: населения, бизнеса, рынка, трудовые ресурсы. «Социальные ожидания по поводу представлений о стране формируются на базе несоответствия того, что есть, с тем, какой хотелось бы её видеть. Несоответствие касается обычно практической деятельности. Чем сильнее несоответствие, тем сильнее желание иметь иную социально-политическую и экономическую ситуацию. Если имидж государства, его лидеров – «носителей имиджа» не выполняет прагматические задачи, следует менять как конструирование и трансляцию, так и его составляющие. Иными словами, внутренние и внешние черты позитивного имиджа должны соответствовать

социальным ожиданиям. В этом смысле главным критерием успешности имиджа является соответствие его черт и характера запросам и ценностям массового сознания»<sup>1</sup>, – пишет Адилова Л.

Процесс формирования имиджа – ресурса стратегического развития регионов представляет собой обмен сообщениями между властью и обществом, при котором используются разнообразные знаки и символы (слова, рисунки, цвета, звуки), представляющие собой различные виды информации. Чтобы коммуникация была успешной, важно передать в этих символах и знаках как можно больше информации в легко усвояемой логической и эмоциональной форме.

Символика воздействует не только на сознание человека, но и на его подсознание. Символ воздействует в первую очередь на эмоционально-чувственную сферу, усиливая воздействие на человека или социальную группу. Он, сжимая информацию, ускоряет процесс восприятия информации, что чрезвычайно важно для современного человека, перегруженного информацией, и особенно для представителей нового поколения Y.

По мнению Тен Ю. П., «Символ – универсальное средство культуры, которое в чувственно-воспринимаемой форме кодирует основополагающие для функционирования общества и культуры идеи, идеалы и духовные ценности, сохраняя и транслируя их во внутри- и межкультурных коммуникативных процессах»<sup>2</sup>.

Символическая система имиджа складывается из следующих символов:

- Символы – идеи (лозунг, содержащий яркую идею);
- Символы – объекты (достопримечательности);
- Символы – персоны (лидер страны, региона, партии как основной носитель идеи);
- Символ – музыка (гимны, песни);
- Символы – звуки (позывные, скандирование);
- Символ – изображение (флаг, эмблема, рисунок, специальное изображение);
- Символ – текст (обращение, ежегодное послание, речь).
- Символы – ритуалы<sup>3</sup>;
- Символы – антропоморфные персонажи<sup>4</sup>.

Символическая система Подмосковья создается на базе социальных ожиданий различных групп, заинтересованных в данной территории: местного населения, бизнеса, рынка, трудовых ресурсов, посетителей, и отвечает базовым 7 ресурсам областной власти, озвученным губернатором Московской области Воробьевым А. Ю. в рамках программы «Подмосковье. Идеология лидерства».

Важным моментом в создании узнаваемого имиджа страны, региона является фактор модернизации имиджа, учета современных трендов. Традиционная символика имиджа перестает работать в новых реалиях, особенно среди нового, молодого поколения. Руководство Подмосковья активно работает над модернизацией имиджа региона.

«Эпоха потребления сделала главными вопросы управления позитивной известностью и её продвижения, которые решались в рамках парадигмы, ориентированной на ближнее и дальнее зарубежье. Предметами имиджевой политики должны выступать экономика, культура, наука, история, природные ресурсы, жизненный уклад, психологические качества населения»<sup>5</sup>, – отмечает в связи с этим Адилова Л.

Для успешной политической и социальной коммуникации предметы имиджевой политики важно облечь в понятную и доступную для понимания большинства символическую форму. Символическая система Московской области включает в себя государственные, политические, социальные, религиозные, этнические, мифологические, историко - художественные типы символов. Создание символов отвечает насущным требованиям успешного функционирования властных структур области в рамках информационной политики.

<sup>1</sup> Адилова Л. Имидж – ресурс развития России // Союз, 2012, ресурс № 1(1).- С.7

<sup>2</sup> Тен Ю. П. Символ в межкультурной коммуникации. Автореферат на соискание ученой ст. д - ра филос. наук.- Ростов-на-Д., ЮФУ, 2008. – С. 8.

<sup>3</sup> Зазыкина Е.В. Политический PR: Символы. – М.: Изд-во ЮрИнфо - Пресс, 2003.- С. 56.

<sup>4</sup> Лукашенко М. А. PR: теория и практика: учеб. Под ред. Лукашенко М. А. –М.: Маркет ДС, 2011.- С. 219.

<sup>5</sup> Адилова Л. Имидж-ресурс развития России // Союз, 2012, ресурс № 1(1).- С.7

Предназначение государственных символов – быть средством интеграции различных социальных, этнических групп под эгидой общих национально-политических идеалов и принципов. «Политическая власть осознала важность создания законодательно закрепленной системы государственной символики, которая могла бы служить основным подспорьем для стабильного функционирования всей системы культурной символики»<sup>6</sup>.

Руководство Московской области модернизируют символическую систему по двум направлениям: 1. Официальная символика (геральдика); 2. PR-символика. Официальная символика включает флаг Московской области, герб, эмблему. Они были обновлены в 2015 году. Работа над PR-символикой представляет длительный процесс, включающий многообразные аспекты влияния на общественное мнение различных социальных групп. Для визуализации имиджа региона актуальной становится работа по насыщению концепта образа Московской области символами, близкими и понятными для самых разных социальных групп, проживающих или работающих здесь, временных посетителей и потенциальных работников.

*Символ – персона.* Символом Московской области является губернатор. Воробьев А. Ю. ставит перед Подмосковьем важнейшую задачу формирования нового имиджа, используя новые технологии его конструирования в пространстве информации и коммуникации. Губернатор Московской области Андрей Воробьев вошел в топ -10 медиарейтинга российских мужчин за 2015 год. Компания «Медialogия» к 23 февраля подготовила медиарейтинг российских мужчин за год. Рейтинг построен по частоте упоминаемости мужчин в российских СМИ. В рейтинг попали 50 человек. Исследование проводилось с февраля 2015 по февраль 2016 года. Губернатор Подмосковья занял шестую позицию. Также Воробьев А. Ю. вошел в пятерку губернаторов-блогеров за 2016 год<sup>7</sup>.

*Символ – идея.* Ежегодные Послания губернатора Московской области охватывают все сферы деятельности региона, дают глубокий анализ положения дел, подводят итоги ушедшего года и определяют задачи на наступивший год.

*Символы – объекты.* Московская область удивляет многообразием исторических памятников - монастырей, старинных усадеб, оставивших незабываемый отклик в истории. Каждый из 36 районов Московской области имеет уникальные исторические и культурные достопримечательности:

Памятники старины.

Древние церкви, соборы и монастыри. С давних пор Московская земля была центром религиозной культуры Руси. До наших времен сохранилось огромное количество величественных соборов, храмов и монастырей.

Крупнейшие культурно – мемориальные комплексы (Бородинский военно-исторический музей-заповедник; Мемориал, посвященный подвигу дивизии Памфилова у деревни Крюково;

Музеи (В Подмосковьем сосредоточено более 100 знаменитых на всю Россию музеев);

В Московской области красивейшие 320 усадеб.

19 предприятий народно-художественных промыслов. Область славится народными промыслами, такими как традиционная российская керамика гжель; павловопосадский платок; русская лаковая миниатюра из Федоскино; сергиево-посадская игрушка – русская матрешка; богородская игрушка.

*Символ – изображение.* В 2013 году был проведен конкурс на визуальный символ Московской области «Россия 10». Победителем стал Коломенский кремль.

*Символ – музыка.* В конкурсе «Гимн Московской области» победителями в результате всенародного голосования стали Денис Дронов и Людмила Марченко.

*Символические фигуры* Московской области – великие деятели истории и культуры, проживавшие и живущие на её территории, знаменитые дворцы, монастыри, музеи, ландшафты.

<sup>6</sup> Тен Ю. П. Символ в межкультурной коммуникации. Автореферат на соискание ученой степени доктора филос. наук. - Ростов - на- Д., ЮФУ, 2008. – С. 15.

<sup>7</sup> Официальный сайт Московской области: <http://mosreg.ru> (19.10.2016 г.)

Сергий Радонежский – идейный вдохновитель объединения земли русской, победы Дмитрия Донского, основатель Троице – Сергиевой лавры. Знаменательным событием для области стало празднование 300-летия города Сергиева Посада, где и расположена Троице-Сергиева лавра. Брендами области являются и космонавты: Юрий Гагарин, первый космонавт в мире; Алексей Леонов, первый человек, вышедший в открытый космос; первая женщина-космонавт Валентина Терешкова и другие первооткрыватели космоса, собаки-космонавты Белка и Стрелка.

*Символы – события.* В качестве символов – событий можно считать те эпохальные события в истории государства, народа, региона, имеющие историческое значение и отразившиеся на судьбах миллионов людей. Такими символами – событиями для Подмосковья стали Отечественная война 1812 г., Бородинская битва, Великая Отечественная война 1941 – 1945 гг., Великая битва под Москвой.

Многие объекты, связанные с этими историческими событиями, превращаются в символы памяти. Так, Солнечногорск стал первым городом Подмосковья, где открыт памятный знак «Город воинской славы». В 2017 году стелы памяти появятся в Кашире и Истре, Серпухове, Наро-Фоминском, Рузском, Чеховском, Красногорском, Клинском районах Московской области.<sup>8</sup>

Безусловным брендом Московской области является Звездный городок, где находится и успешно функционирует Центр подготовки космонавтов.

*Символы – ритуалы.* Брендовые фигуры Подмосковья участвуют в символах – ритуалах. Так, при открытии путепровода «Звездный» на станции Чкаловская в октябре 2015 г. право первого проезда по новому проезду на раритетном автомобиле «Победа» получили космонавты Леонов Е. А и Терешкова В. И.

Все эти факты свидетельствуют о значимости и большом потенциале символической системы имидж-ресурса стратегического развития Московской области. Официальная и PR- символики позволяют сделать имидж-ресурс стратегического развития Московской области ближе и понятнее как для населения, так и для бизнеса. Результатом такой коммуникации как совместного действия власти становится качественное общественное мнение и престиж региона на внутренней и международной арене, что важно для продвижения региона на международных и внутренних рынках, привлечения капиталов, финансовых вливаний, прироста населения, трудовых ресурсов, талантливых людей.

## Список литературы

1. Воробьев А. Ю. Ежегодное послание губернатора Московской области от 28 января 2016 г.
2. Адилова Л. Имидж-ресурс развития России//Союз, 2012, № 1(1).- С.6- 14.
3. Зазыкина Е.В. Политический PR: Символы. – М.: Изд-во ЮрИнфо - Пресс, 2003.- 128 с.
4. Лукашенко М. А. PR: теория и практика: учеб. Под ред. Лукашенко М. А. –М.: Маркет ДС, 2011.- 328 с.
5. Стась А. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды.- М.; Группа ИДТ, 2009.
6. Тен Ю.П. Символ в межкультурной коммуникации. Автореферат на соискание учен. ст. д-ра филос. наук.- Ростов-на- Д., ЮФУ, 2008.-09.00.13.- 46 с.
7. Официальный сайт Московской области: [http:// mosreg. Ru](http://mosreg.Ru) (26.01.2017 г.)
8. Rano Safiulina (Moscow)

УДК 659.3

© Сафиулина Р. М., 2017

---

<sup>8</sup> [http:// mosreg. Ru](http://mosreg.Ru) (26.01.2017 г.)