

Имидж муниципального образования

Сачук Татьяна Викторовна

д.э.н. проф., заведующая кафедрой экономики финансов
Карельского филиала СЗАГС в г. Петрозаводске



Общая характеристика имиджа

Сумма убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении данного места

Упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и кусков информации, связанных с данным местом

Продукт ума, пытающегося обработать и выбрать существенную информацию из громадных объемов сведений о месте

Может быть «разложен» на отдельные элементы, значимость которых для каждого конкретного человека может быть разной и может вызывать разное отношение и разную реакцию потенциальных клиентов.



Общая характеристика имиджа

Имидж возникает в результате восприятия информации о территории посредством действующих стереотипов.

Стереотип – это зачастую упрощенный, укрупненный и потому искаженный имидж территории, к тому же стереотип не предполагает личного восприятия места.

Репутация территории представляла собой фиксированный и общественно одобряемый набор характеристик, подтвержденный на достаточно большой временной дистанции

Имидж можно достаточно быстро создать

Имидж территории – это сложившийся в массовом сознании особый психический образ, сильно и определенным образом влияющий на эмоции, поведение и отношения личности или группы к конкретной территории.



Подходы к формированию имиджа

1. Коммуникативный подход.

В результате коммуникативного акта передаваемое через конкретный канал сообщение от адресанта к адресату может привести к определенному эффекту. Имидж – это коммуникативная единица, предназначенная для работы с массовым сознанием.

2. Атрибутивный подход.

В основе когнитивные механизмы восприятия имиджа. Эффективность построения имиджа оценивается с позиций адекватности восприятия и произвольного дополнения незаконченного образа, когда человек способен самостоятельно дополнять воспринимаемый имидж недостающими характеристиками.



База формирования имиджа МО

1. Интересные рекреационные, исторические объекты, объекты культурного значения и т.д., которые являются уникальными, неповторимыми, исключительными.
2. Товары и/или услуги местных производителей, которые должны быть узнаваемыми, производится только на этой территории и/или иметь особые характеристики сырья, технологического процесса и другие исключительные характеристики.
3. Неофициальные символы территории (национальная кухня, костюм, промыслы, известные люди и их дела, уникальные природные ресурсы, особые местные праздники, объекты флоры и фауны и т.д.).



Аналитический материал

Проект РГНФ «Возрождение сел: имидж и стратегия развития сельских поселений (на примере Кондопожского района)»

Кончезерское, Петровское, Гирвасское сельские поселения

Всего было опрошено 157 студентов дневного и заочного отделения КФ СЗАГС. Из них 20,4% составили мужчины и 79,6% женщины.

22,4% респондентов являются студентами дневного отделения, остальные – 77,6% обучаются на заочном отделении.

70% от выборки студентов составили петрозаводчане, 2% - жители Кондопожского района, 25% - проживают в других районах Карелии и 3% - приехали из других регионов России.

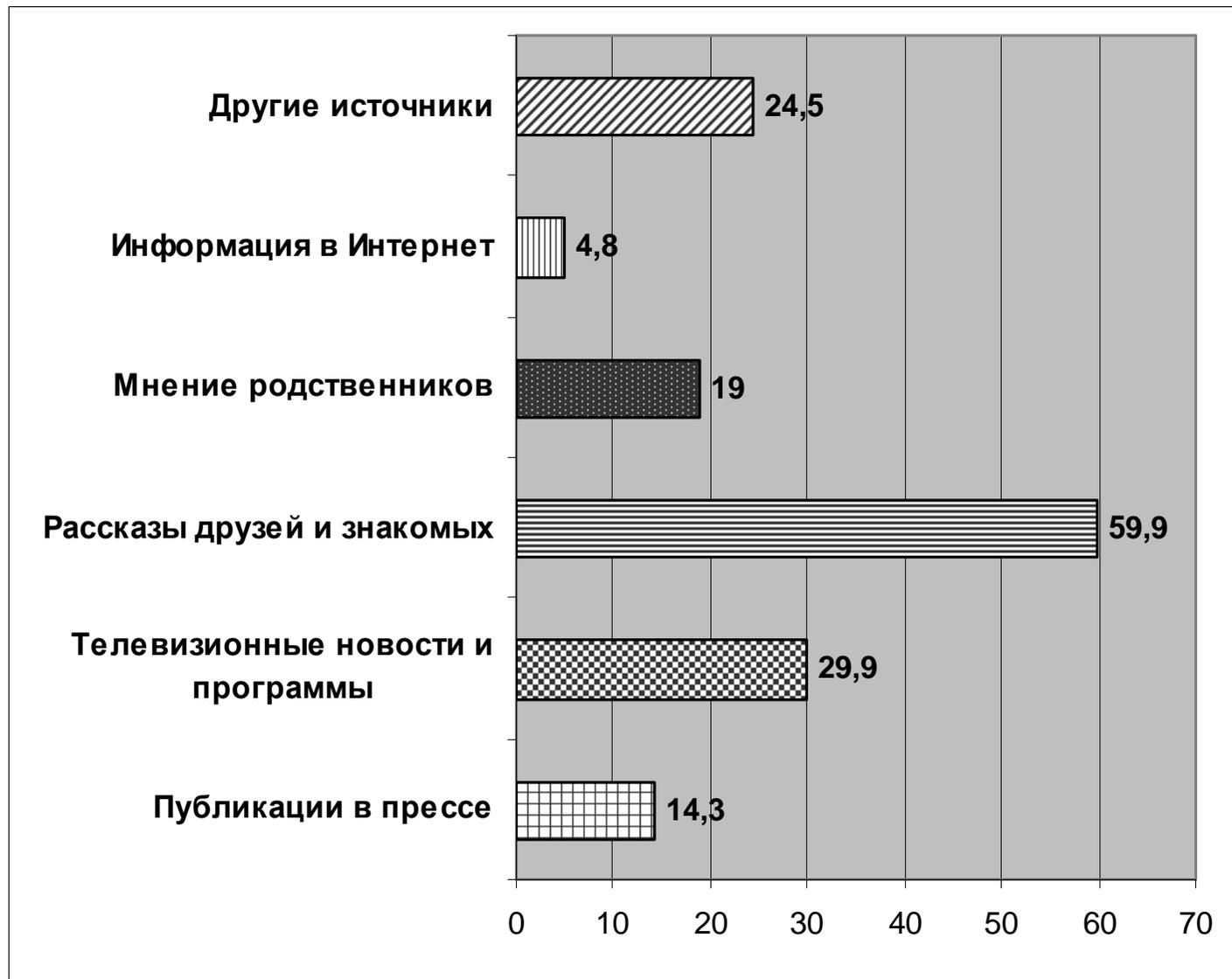
По социальному статусу 23,9% занимают руководящие должности; 21,8% являются служащими или техническими исполнителями; 20,4% - рабочими; 25,4% - студенты, обучающиеся на дневном отделении и 8,5% указали другой статус (в основном – безработные или неработающие).



Информированность (в % от числа опрошенных)

	п. Гирвас	п. Кончезеро	п.Спасская губа
Есть определенное представление о поселке	29,7	32,2	22,7
Я просто знаю, что такой поселок есть	63,2	62,5	62,7
Ничего не слышал об этом поселке	7,1	5,3	14,7

Источники информации (в % от числа опрошенных)

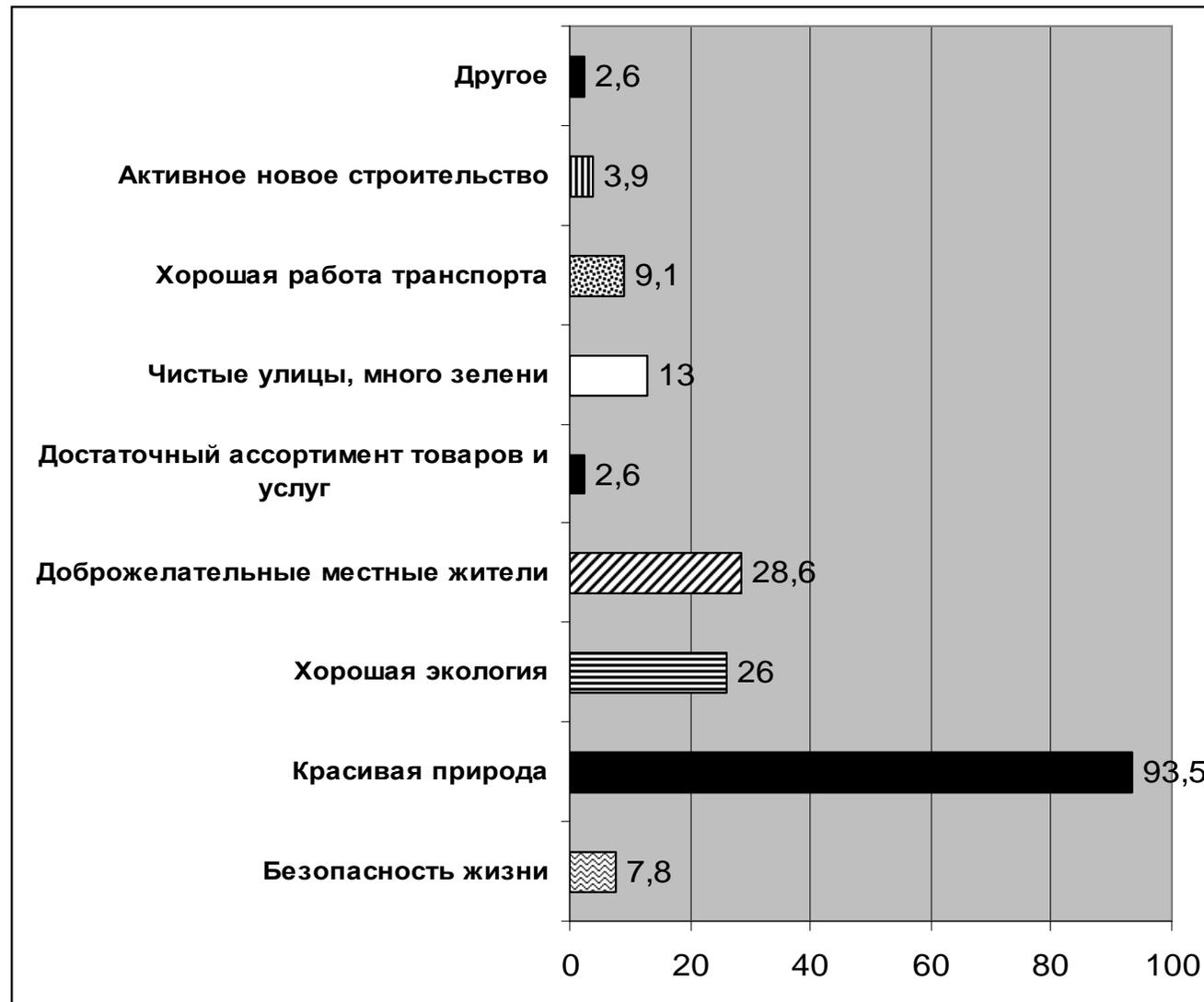




Общее впечатление о пилотных территориях (в %)

	Скорее неблагоприятное	В чем-то благоприятное, а в чем-то нет	Скорее благоприятное
п.Гирвас	21,6	51,1	27,3
п. Кончезеро	8,3	56,0	35,7
п. Спасская губа	18,1	48,6	26,4

Что на пилотных территориях произвело наиболее благоприятное впечатление (в %)





Дифференциаторы территории

- п. Гирвас - место проведения слетов байкеров (3 года), автофестиваля (1 год), ГЭС, древний вулкан
- п. Кончезеро - санаторий «Кивач» и другими базами отдыха, Кончезерский храм, форелевое хозяйство
- п. Спасская губа - зимний отдых, горнолыжный спорт, в будущем горнолыжный курорт, часовня в Спасской губе, соревнования по скалолазанию



Наличие памятников на территории поселения

	Памятники архитектуры	Памятники истории	Памятники археологии
П. Гирвас	8	7	12
П. Кончезеро	7	1	17



Основные проблемы формирования имиджа МО

1. Не сформированы «точки внимания»
2. Широко известен относительно узкий круг дифференциаторов
3. Существующие дифференциаторы (памятники истории, архитектуры, археологии) интересны ограниченному кругу лиц
4. Нет представлений о других населенных пунктах МО
5. Не ведется целенаправленная информационная политика
6. Мало источников получения информации или информация в них не представлена
7. Информация не «вписана» в более крупные горизонтальные и вертикальные системы