

УДК 339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**А.А. СЕЛЕЗНЁВА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЁНОК)*

В статье обоснована необходимость выявления и изучения стереотипов для их эффективного использования в формировании и продвижении брендов регионов. Проведён анализ ряда стереотипов, касающихся отдельных регионов Республики Беларусь, что позволило выявить их известность среди населения Республики Беларусь и возможность их подтверждения фактами. Рассмотрены возможности использования стереотипов в территориальном брендинге.

В современных условиях, когда мировая экономика и демография находятся в кризисе, доступные человеческие и финансовые ресурсы сокращаются. В таких условиях территории вынуждены бороться за ограниченные ресурсы и принимать участие в конкурентной борьбе. Победителем становится та территория, которая способна найти свое место и выделиться в новом мире. Это заставляет различные государства и регионы создавать свою уникальную идентичность и подчеркнуть преимущества и ценности.

Исследование стереотипов позволяет понять, как воспринимается данная территория обществом и какие ассоциации связываются с ней. Это позволяет определить основные ценности, преимущества и уникальные характеристики данной территории, которые можно использовать для формирования и продвижения бренда.

С целью эффективного формирования и продвижения брендов регионов в Республике Беларусь, был проведён опрос среди граждан нашей страны для выявления и анализа существующих на данный период времени стереотипов об отдельных территориях (регионах).

Опрос проводится с использованием Google Forms. В опросе приняло участие 140 студентов учреждения образования «Полоцкий Государственный Университет имени Евфросинии Полоцкой». Им были предложены следующие стереотипы об областях и городах Беларуси:

- Витебская область – самый холодный регион;
- Гомельская область – самый пострадавший от загрязнения радиацией регион;
- Витебская область – озёрный край;
- Минская область – самый экономически развитый регион страны;
- Гродно – Европейский город;
- Новополоцк – город с высоким уровнем доходов населения.

С целью определения того, насколько полезны стереотипы в территориальном брендинге и осознают ли это люди, авторами предложен респондентам для обсуждения следующий вопрос: «Как, на Ваш взгляд, стереотипы влияют на формирование территориального бренда?». По данным опроса большинство интервьюируемых (42,9%) выбрали вариант ответа «затрудняюсь ответить», что указывает на то, что данная тематика недостаточно известна в нашем регионе. 36,4% опрошенных выбрали ответ «положительно», а 20,7% – отрицательно. Результаты ответов на данный вопрос представлены на рисунке 1.

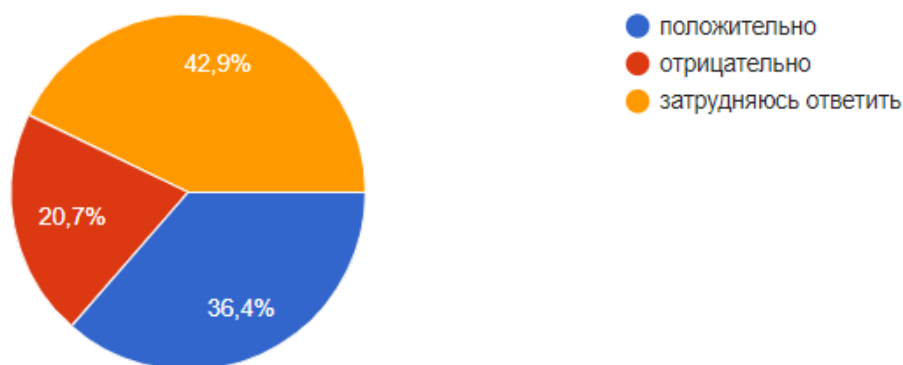


Рисунок 1. – Результаты ответов на вопрос «Как, на Ваш взгляд, стереотипы влияют на формирование территориального бренда?»

Источник: составлено автором на основе результатов анкетирования.

На следующий вопрос «Какой регион Республики Беларусь является самым холодным?» большинство опрошенных (92,9%, т.е. 130 человек) выбрали Витебскую область, что подтверждает наш стереотип. Также данный стереотип можно подтвердить фактами средней температуры в январе и июле по регионам, что представлено в таблице 1.

Таблица 1. – Характеристика средней температуры по областям Республики Беларусь

Область	Средняя температура января, °С	Средняя температура июля, °С
Брестская	От -4,4 до -6,1	От 18 до 19
Витебская	От -6 до -8,4	От 17,5 до 18
Гомельская	От -5,9 до -5,7	От 18 до 19,7
Гродненская	От -5 до -6,6	От 17 до 19,2
Минская	От -5,8 до -7,2	От 17,3 до 18,3
Могилёвская	От -6,5 до -8,2	От 17,8 до 18,7

Источник: [1].

Из данной таблицы можно заметить, что Витебская область является самым холодным регионом Беларуси, так как средняя температура, как зимой, так и летом гораздо ниже, чем в других областях.

На вопрос о том, какой регион Республики Беларусь характеризуется самым высоким уровнем радиационного загрязнения, мнения немного разошлись, однако большая часть интервьюируемых выбрала Гомельскую область (65,7%, т.е. 92 человека), Брестскую область выбрало 12,9% (18 человек), Могилёвскую область – 9,3%, Минскую – 5%, Гродненскую – 5,7% и только 1,4% отдали свои голоса за Витебскую область.

Данный стереотип можно подтвердить фактами, так как некоторые регионы находятся в зонах радиоактивного загрязнения и относятся к зонам с периодическим радиационным контролем. *Зона проживания с периодическим радиационным контролем* – это территория с плотностью загрязнения почв радионуклидами цезия, либо стронция или плутония, на которой средняя годовая эффективная доза облучения населения не должна превышать (над уровнем естественного и техногенного фона) 1 мЗв (миллиЗиверт) [2].

Распределение населенных пунктов Республики Беларусь по зонам радиоактивного загрязнения по состоянию на 1 января 2021 г. представлено в таблице 2 в соответствии с Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 75 от 8 февраля 2021 года.

Таблица 2. – Распределение населенных пунктов Республики Беларусь по зонам радиоактивного загрязнения

Область	Зона проживания с периодическим радиационным контролем	Зона с правом на отселение	Зона последующего отселения	Всего
Брестская	91	3	–	94
Витебская	–	–	–	–
Гомельская	931	199	3	1133
Гродненская	66	–	–	66
Минская	69	–	–	69
Могилёвская	589	69	2	660
Итого	1746	271	5	2022

Источник: [2].

Исходя из приведенных выше фактов, мы можем утверждать, что предложенный нами стереотип является правдивым, так как Гомельская область больше всего пострадала от радиоактивного загрязнения.

Следующий вопрос, который звучит следующим образом: «Какой из регионов страны, на Ваш взгляд, является наиболее экономически развитым?» также не вызвал затруднения у респондентов, так как большинство выбрали Минскую область, что также является правдой и подтверждением еще одного стереотипа, так как Минская область является экономически развитым регионом по ряду причин. Например, тут расположены многие крупные организации (предприятия), развита инфраструктура и транспортная сеть и т.д.

Из следующих вопросов мы выявили, что 77,1% интервьюируемых считают Витебскую область озёрным краем и что 85,7% считают, что город Минск отличается высоким уровнем доходов населения, что также подтверждает предложенные нами стереотипы.

Однако на одном из предложенных нами вопросов возникли некоторые разногласия, так как мнения у интервьюируемых разбились на несколько категорий. Большинство опрошенных считают наиболее европейским город Гродно, другая часть опрошенных склоняется к тому, что это город Минск, и отдельные группы респондентов выбрали города Полоцк и Брест. Остальные же ответы единичны. Тем самым к европейским городам большинство опрошенных отнесли Гродно и Минск.

Однако Гродно действительно является одним из старейших городов Беларуси, который имеет богатую историю, связанную с европейскими культурными традициями. Этот город был основан в X веке и имел стратегическое положение на торговых путях между Востоком и Западом. В разные периоды своей истории Гродно был частью Литовского княжества, Польши, Российской империи и других государств, что сказалось на его архитектуре, культуре и общем облике. Гродно также известен своими католическими церквями и замками, которые являются яркими примерами европейской архитектуры. Кроме того, город расположен недалеко от границы с Польшей и Литвой, что способствует его культурному обмену с европейскими соседями. Таким образом, исторические факты и местоположение Гродно подтверждают его статус европейского города, обладающего богатой культурной и исторической наследием.

Такая неоднозначность в ответах свидетельствует о том, что данный стереотип не может быть в полной мере использован для формирования и продвижения бренда данного города.

Для подведения итогов по данному опросу мы поинтересовались у интервьюируемых, считают ли они нужным использование стереотипов при формировании и продвижении территориальных брендов, на что мы получили 45% положительных ответов, 21,45% – отрицательных и 33,6% из опрошенных нами людей затрудняются ответить на данный вопрос, что представлено на рисунке 2.

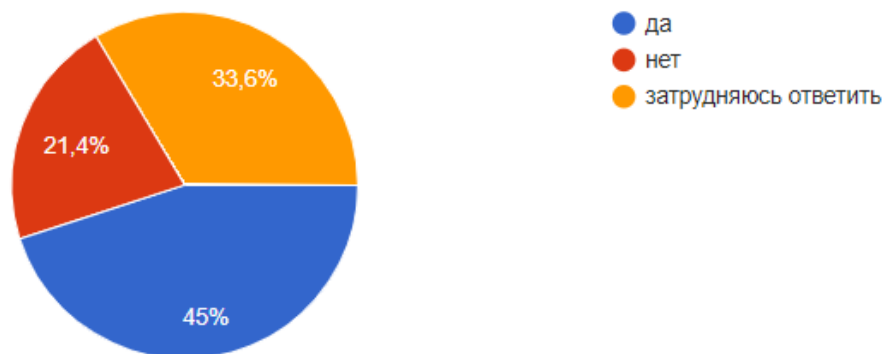


Рисунок 2. – Распределение ответов на вопрос «Нужно ли использовать стереотипы при формировании и продвижении территориальных брендов?»

Источник: составлено автором на основе результатов анкетирования.

Таким образом, из данного анализа мы можем сделать вывод о том, что большинство людей воспринимают предложенные нами стереотипы территориального брендинга. Тем самым мы подтвердили факт существования стереотипов в данном виде брендинга. Однако, для того чтобы грамотно продвигать свою территорию, необходимо использовать и создавать такие стереотипы, которые будут привлекать туристов из других регионов и инвестиции для дальнейшего улучшения имиджа регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Климат Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Климат_Белоруссии. – Дата доступа: 19.11.2023.
2. Перечень населенных пунктов, находящихся в зонах радиоактивного загрязнения на территории Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rad.org.by/radiation-in-rb>. – Дата доступа: 19.11.2023.