

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ БРЕНДИНГ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

АБДОКОВА Лариса Заудиновна

кандидат экономических наук, доцент

Карачаево-Черкесский республиканский институт повышения квалификации работников образования
г. Черкесск, Россия

В настоящее время наблюдается интенсивная трансформация фундаментальных парадигм и теоретических концепций регионального политического брендинга. Несмотря на это, региональные бренды продолжают оставаться значимыми элементами социально-политической идентичности и стратегического позиционирования территорий. Региональный политический брендинг рассматривается как динамическая система, включающая когнитивные, аффективные и поведенческие компоненты.

Ключевые слова: региональный политический брендинг, имидж региона, региональная политика, региональные процессы, региональная идентичность.

В условиях глобализации и интенсификации межгосударственных взаимодействий, региональный политический брендинг приобретает особую значимость как ключевой инструмент формирования идентичности и позиционирования регионов на международной арене. Региональный политический брендинг становится ключевым инструментом стратегического управления, направленным на формирование устойчивого имиджа и повышение конкурентоспособности территориальных образований.

В контексте современных политических процессов, характеризующихся высокой степенью конкуренции и динамичностью изменений, успешная реализация стратегий политического брендинга становится критически важной для обеспечения устойчивого развития регионов.

Политический брендинг на региональном уровне управления применяется к разработке и использованию определенного имиджа, сообщения и репутации региональным политическим образованием, таким как штат, провинция или муниципалитет, для достижения своих политических целей. Этот процесс может включать в себя создание уникального и узнаваемого бренда, который отличает региональное политическое образование от других и привлекает его целевую аудиторию. Этот путь успешно прошли Швейцария, Австрия, вступила на него и Россия [2].

Региональный брендинг – это комплекс

мероприятий и стратегий, направленных на формирование уникального образа региона, его продвижение на внутреннем и внешнем рынках, а также на создание положительного имиджа в глазах жителей и внешних стейкхолдеров. В контексте политических процессов региональный брендинг может стать эффективным инструментом для достижения различных целей, таких как привлечение инвестиций, развитие туризма, улучшение качества жизни населения и повышение конкурентоспособности региона.

Региональный брэнд с точки зрения своего содержания представляет собой совокупный образ региона, который отражает его географическую, культурную, историческую, экономическую и социально-политическую специфику, будучи закрепленным в сознании жителей региона, он является продуктом «культурного производства» и даже способен успешно экстраполироваться (экспортироваться) за пределы региона [1].

Основные аспекты регионального брендинга в контексте политических процессов:

1) формирование идентичности – возможность создать и укрепить идентичность региона, его уникальные черты и характеристики, что способствует формированию чувства принадлежности у жителей и повышению их лояльности к региону;

2) продвижение региона за счет разработки и реализации стратегии продвижения региона на различных платформах, таких как

СМИ, социальные сети, выставки и мероприятия, что в свою очередь помогает повысить узнаваемость региона и привлечь внимание потенциальных инвесторов, туристов и партнёров;

3) улучшение имиджа, формирование положительного образа в глазах жителей и внешних стейкхолдеров, направленное на работу над репутацией, борьбу с негативными стереотипами и создание позитивного образа региона как места для жизни, работы и отдыха;

4) привлечение инвестиций - продуманный региональный бренд может стать фактором, привлекающим инвестиции в регион, так как инвесторы часто ориентируются на имидж и репутацию региона при принятии решений о вложении средств;

5) развитие туризма – за счет создания уникального образа региона, подчёркивающего его природные, культурные и исторические особенности, способствует привлечению туристов и развитию туристической инфраструктуры;

6) повышение конкурентоспособности региона в условиях глобализации и усиления конкуренции за ресурсы и инвестиции, уникальный бренд выделяет регион среди других и способствует его позиционированию как привлекательного места для жизни и деятельности;

7) поддержка политических инициатив, направленных на развитие региона, так как бренд может стать основой для формирования общественного мнения в поддержку определённых проектов или программ;

8) укрепление межрегиональных связей и сотрудничества, за счет возможности стать основой для создания ассоциаций и партнёрств с другими регионами, обмена опытом и лучшими практиками.

В целом, региональный брендинг является важным стратегическим инструментом в контексте политических процессов. Он помогает регионам адаптироваться к изменяющимся условиям, привлекать ресурсы и инвестиции, а также формировать положительный имидж и повышать конкурентоспособность.

Региональные политические бренды, являясь результатом синергии символических, функциональных и эмоциональных характе-

ристик, формируют основу для идентификации и дифференциации территорий в политическом пространстве. Они выступают не только как инструмент политической рекламы, но и как средство легитимации властных структур, способствуя консолидации общественного мнения и повышению политической стабильности.

На основании изложенного можно выделить ключевые факторы успешного формирования регионального политического бренда, такие как:

1) анализ текущей политической и социально-экономической ситуации в регионе;

2) разработка четкой стратегии брендинга, учитывающей специфику территории и ожидания целевых аудиторий;

3) реализация коммуникационных кампаний, направленных на повышение узнаваемости бренда и формирование позитивного имиджа;

4) мониторинг и оценка эффективности брендинговых мероприятий, с последующей корректировкой стратегии на основе полученных данных.

Таким образом, региональный политический брендинг представляет собой сложный и многоаспектный процесс, требующий глубокого понимания политических, социальных и экономических процессов, происходящих в регионе. Эффективное управление этим процессом способствует повышению привлекательности территорий для внутренних и внешних стейкхолдеров, а также укреплению их позиций в политическом пространстве. Региональный политический брендинг, как стратегический инструмент, позволяет эффективно интегрировать интересы местных сообществ, политических элит и экономических субъектов, а также формировать устойчивый имидж, способствующий привлечению инвестиций, развитию туризма и улучшению качества жизни населения. Политическое измерение регионального брендинга представляет собой стратегический подход, направленный на использование данного инструмента для сохранения и укрепления региональной идентичности, а также для защиты и продвижения региональных интересов на национальном и международном уровнях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бирюков, С. В. Региональный брэндинг: к модернизации концепта, его методологических и политико-технологических оснований / С. В. Бирюков, С. Н. Чирун, В. С. Томко // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2024. – № 80. – С. 205-218.
2. Бурлакова, М. В., Ефимова, С. А. Политический брэндинг в системе государственного управления // Вопросы студенческой науки. – 2023. – Выпуск № 06(82). – С. 233-238.

REGIONAL POLITICAL BRANDING AS A STRATEGIC TOOL IN THE CONTEXT OF POLITICAL PROCESSES

ABDOKOVA Larisa Zaudinovna

Candidate Sciences in Economic, Associate Professor
Karachay-Cherkess Republican Institute for Advanced Training of Education Workers
Cherkessk, Russia

Currently, there is an intensive transformation of fundamental paradigms and theoretical concepts of regional political branding. Despite this, regional brands continue to be significant elements of socio-political identity and strategic positioning of territories. Regional political branding is considered as a dynamic system that includes cognitive, affective, and behavioral components.

Keywords: regional political branding, regional image, regional policy, regional processes, regional identity.