

## **БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ГОРОДА: САМАРСКИЙ ОПЫТ**

А. Э. Абитова<sup>1</sup>

Научный руководитель: И. В. Колякова, к.и.н., доцент

Ключевые слова: брендинг города, образ города, бренд Самары

Вследствие стремительного развития глобализации, увеличение роли символического капитала, борьбы городов за различные ресурсы, множество городов используют в своей политике разнообразные маркетинговые инструменты. В данной статье мы рассмотрим один из них – брендинг.

Цель данного исследования – рассмотреть самарский опыт формирования образа города через анализ брендирования территории.

В этой связи необходимо определить выбранные нами подходы к таким понятиям, как образ города, имидж города, бренд города и брендинг города.

Образ города – это собирательное представление индивидуума или группы индивидуумов, целостное, но неполное представление некоторой городской среды.

Имидж территории – это набор убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей данной территории.

И. С. Важенина определяет бренд территории как совокупность уникальных качеств, непреходящих общечеловеческих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей данной территории.

С. Анхольт отмечает, что брендинг территорий – это системный процесс согласования действий, поведения, инвестиций, инноваций и коммуникаций территории для улучшения своего имиджа, и реализации конкурентной идентичности.

Был проведен анализ уже существующих брендинговых мероприятий самарских властей за период с 2015 года – того времени, когда в Общественной палате назначили 15 символов и брендов города.

По результатам проведенных исследований, было выявлено, что в Самаре проводятся разнообразные брендинговые мероприятия, начиная от уникальных фестивалей (7) до выставок (14) и презентаций, форумов, рабо-

---

<sup>1</sup> Анжела Эдуардовна Абитова, студентка группы 5501-510301Z, email: anzhela.abitova@mail.ru

чих встреч и т.д. (18), посвященных туристскому потенциалу города. В основном, они продвигают бренд Самары, как современного города с многовековой историей, богатым природным, культурным наследием, развитой инфраструктурой, что особенно актуально в преддверии Чемпионата мира по футболу 2018.

УДК 94 (47).084

**БОЛЬШЕВИКИ В БОРЬБЕ ЗА ТРАКТОР:  
ИЛИ КАК САМАРСКИЕ ТРАКТОРИСТЫ ОВЛАДЕВАЛИ  
ТЕХНИКОЙ ТРАКТОРНОГО ДЕЛА В 1920-е-1930-е гг.**

Е. В. Алексеенко<sup>1</sup>

Научный руководитель: З. М. Кобозева, д.и.н., профессор

Ключевые слова: индустриализация, сотрудничество, заграница, техническая помощь, непризнание

Цель исследования заключается в комплексном анализе и обобщении конкретно-исторического материала для определения уровня и степени взаимосвязи городского населения Самарского края в 1920-е – 1930-е гг. с иностранными государствами.

Современное состояние исследований данной проблематики в указанный хронологический период остается на низком уровне, в границах бывшей Самарской губернии этот вопрос является «белым пятном», т.е. исследования межкультурных взаимосвязей, уровня технической помощи капиталистических государств, а также кооперирование советских и иностранных граждан в сфере торговли и производства вовсе отсутствуют.

Постревизионизм 1990-х гг. дал возможность взглянуть на различные аспекты жизни советского общества 1930-х гг. с позиций признания «советского эксперимента» в качестве удачного проекта.

Вместе с тем проблематика работы, её цели и задачи, а также особенности источниковой базы сделали необходимым обращение к принципам «истории повседневности», черпающей идеи у таких родственных направлений как социальная история, историческая антропология, микроисторический, социокультурный, политико-правовой, системный подходы. Стоит отметить, что данная тематика исследования требует проведения работы по «наведению мостов» между микро- и макроуровнем.

---

<sup>1</sup> Елена Вячеславовна Алексеенко, студентка группы 5401-460301D, email: elenaalekseenko163@yandex.ru