

**Протокол**  
проведения «мозгового штурма»

09 мая 2019 года

ст. Маркинская

**ПРОБЛЕМА: «В чем территориальная идентичность и что является брендом Маркинского сельского поселения?»**

**Место проведения:** ст. Маркинская, ул. 40-лет Победы д. 6, МБОУ Маркинская СОШ

**Время проведения:** 10-00ч.- 10-45ч

**Присутствовали:**

Кулягина О.С - глава Администрации Маркинского сельского поселения.

Малая А.Ю.- заместитель заведующего районным отделом образования

Жители ст. Маркинская:

1. Жуковская Е.И.- индивидуальный предприниматель
2. Жуковский Р.Н.- директор ООО «ЛеРо»
3. Кардаков С.В.- заведующий хозяйством МБОУ Маркинская СОШ
4. Кардакова Л.И.- заместитель директора по учебно-воспитательной работе МБОУ Маркинская СОШ
5. Мартынов И.Т.- пенсионер
6. Мартынова О.М.- пенсионер
7. Попов И.П.- специалист по ОТ ОАО ПСХ «Маркинское»
8. Попова Н.Е.- заведующая складом ГСМ ОАО ПСХ «Маркинское»
9. Савельева Г.И.- учитель русского языка и литературы МБОУ Маркинская СОШ
10. Савилова Т.Г.- учитель истории и обществознания МБОУ Маркинская СОШ
11. Сосова Г.В.- генеральный директор ОАО ПСХ «Маркинское»
12. Хорсова В.И.- учитель начальных классов МБОУ Маркинская СОШ

**Ведущий:** Донскова И.С.- главный специалист Администрации Маркинского сельского поселения

**Секретарь:** Третьякова О.М.- специалист 1 категории Администрации Маркинского сельского поселения.

**Ход мероприятия:**

1. Вступительное слово ведущей Донсковой И.С., которая сообщила о проблеме и целях мероприятия. И.С. отметила, что подготовка к областному конкурсу проектов благоустройства общественных территорий муниципальных образований Ростовской области, участником которого в этом году является Маркинское сельское поселение с общественной территорией «Сквер», выявила проблему определения (формирования, выявления, сохранения) идентичности (индивидуальности) общественной территории в рамках реализации проекта благоустройства.  
В последнее время в связи с усиливающейся конкуренцией городов (районов, поселений, сел) за привлечение необходимых ресурсов на свою территорию все большее распространение получает практика геобрендинга- разработка стратегии развития и повышение конкурентоспособности территории через выявление ее уникальности. Технология развития бренда территории базируется на трех важнейших элементах:
  - идентичности территории (то, на чем базируется бренд)
  - вовлечении жителей (для принятия и внедрения бренда)

-коммерциализации (тех выгодах, которые может получить территория посредством эксплуатации разработанного и грамотно внедренного бренда).

Сегодня мы пригласили для проведения «мозгового штурма» методом «круглого стола» различные группы жителей ст.Маркинской, которые готовы содействовать решению проблемы: «В чем территориальная идентичность и что является брендом Маркинского сельского поселения?»

Территориальная идентичность формируется, с одной стороны, местоположением, климатом, историей, а с другой стороны, внешним обликом населенного пункта, символикой, событиями и традициями и т.д. Для чего необходимо изучать и формировать территориальную идентичность?

1. Идентичность имеет мощный потенциал сплачивания людей на основе общих ценностей и воли к действию
2. Изучение идентичности способствует развитию бизнеса, сферы услуг. Речь идет о выявлении вкусов и предпочтений потенциальных потребителей: какие услуги они хотят получать на своей территории, какой бизнес видят органически подходящим к особенностям местности. Т.е. для успешного развития бизнеса на конкретной территории необходимо увязать его специфику с чувством территориальной идентичности.
3. Влияние на потенциальных инвесторов и туристов. Это необходимое условие для появления успешного бренда территории: идентичность территории влияет на формирование ее имиджа, а имидж воздействует на выбор внешних «потребителей» (инвесторов, потенциальных жителей, туристов и т.д.), что и требуется для продвижения интересов (маркетинга) территории.

Бренд- это символическое представление в сознании людей информации, связанной с территорией, а также совокупность позитивных ожиданий, формируемых в их сознании. Брендами территории могут быть официальные символы: название, герб, валюта, флаг, гимн. Но одной из проблем официальной символики является ограниченная возможность индивидуализации, так территории, покрытые лесами, будут использовать зеленый цвет во флаге и образ лесного зверя. Такие официальные символы территории не будут вызывать индивидуализированные ассоциации и потому узнавание и осведомленность о территории будет минимальна, что не позволит выделить отличительные свойства и качества территории, а также определить выгоды для потребителя, а значит, не удастся сформировать отношение потребителя к этой территории. Неофициальными символами территории могут быть: товары традиционных ремесел и промыслов, продукты питания и блюда национальной кухни, национальные костюмы и их элементы, легко узнаваемые архитектурные, рекреационные, археологические, промышленные объекты и памятники, уникальные животные, птицы, растения, народные, спортивные, культурные праздники, известные люди (группы людей) прошлого и настоящего и мн.др. Неофициальные символы в большей степени подлежат формированию и развитию, могут быть более индивидуализированы, и вызывать ассоциации, связанные с памятниками природы и архитектуры, известными личностями, растениями и животными, флорой и фауной территории, товарами, производимыми данной территорией. Для разминки я назову вам несколько территорий, а вы назовете мне бренды этих территорий (свои ассоциации):

- Тула
- Самовар
- Оренбург
- Оренбургский пуховый платок
- Багаевская
- Огурцы
- Видите, у Багаевской есть свой бренд.

2. Обсуждение проблемы. Создание и анализ идей.

**Савилова Т.Г.:** Идентичность нашей территории вижу в том, что ст.Маркинская- это населенный пункт, переселенный в связи со строительством канала Волга-Дон и грандиозного по тем временам Цимлянского гидроузла. Маркинцы начали переселение в х.Сметановка в 1949 году. В этом году юбилей: 70- лет этому событию. Под переселение попали более 149 хуторов и станиц на территории Ростовской и Сталинградской областей. Пятьдесят шесть населённых пунктов района, в том числе и станица Маркинская, вошли в зону затопления на территории Цимлянского района. Новым местом для станицы избрали хутор Сметановский, где сейчас находится центральная усадьба ПСХ «Маркинское». Несмотря на то, что маркинцы были испуганные, напряженные, сметановцы встречали их с душой, многих пустили пожить к себе на квартиры, пока не построят свои дома. Некоторые дома даже сохранились. Сметановский колхоз «Клич Ильича» соединился с маркинским колхозом «Заветы Ильича», хутор Сметановский переименовали в станицу Маркинскую, а объединенный колхоз стал называться «Клич Ильича». Вдоль реки Кумшак было построено около двух десятков домов. Можно даже сделать туристическую тропу по значимым местам.

**Донскова И.С.:** Что может являться атрибутивным знаком в этом случае?

**Жуковский Р.Н.:** Может быть в связи с этим символом является дружба, а атрибутивным знаком рукопожатие?

**Кардакова Л.И.:** Идентичность территории вижу все-таки в историческом аспекте. У нас родился, учился в нашей школе Герой Советского Союза А.И.Иринин.

**Савилова Т.Г.:** В тот же период в Сметановку переселилась семья Героя Советского Союза А.И.Иринина Мария Михайловна и Иван Михайлович Иринины. Дом Ирининых тоже сохранился. Похоронены они в Маркинской. В школе стоит бюст Героя Советского Союза А.И.Иринина.

**Сосова Г.В.:** В истории нашего поселения много моментов, которые могут отразить нашу индивидуальность. Например, первая Коммуна Цимлянской волости образовалась в 1923 году на Маркинской земле. Возглавил ее Дюльдин Иван Алексеевич. В 1930 году на базе Коммуны был создан колхоз «Клич Ильича». В 2020 году юбилей: 90 лет хозяйству.

**Донскова И.С.:** А какой атрибутивный знак в данном случае будет являться брендом нашей территории?

**Сосова Г.В.:** Колосья? Трактор? Это не отразит нашу индивидуальность. Все сельскохозяйственные территории используют эти знаки.

**Донскова И.С.:** Если отвлечься от истории, что может еще отразить нашу индивидуальность?

**Хорсова В.И.:** Может быть лазорики?

**Кардаков С.И.:** Лазорики растут не только у нас, в Волгоградской, Воронежской областях и других.

**Донскова И.С.:** Можно использовать атрибутивные знаки района. Что такое Цимлянский район?

**Попов И.П.:** Виноград, шампанское, рыба, ГЭС

**Донскова И.С.:** Конкретно в нашем поселении ничего этого нет. Наверное придется вернуться к исторической составляющей. Давайте рассмотрим не только ст.Маркинскую, а все поселение.

**Жуковский Р.Н.:** В Паршикове родился, жил и похоронен создатель тачанки Федор Иванович Нефедов.

**Донскова И.С.:** Думаю, хорошая идея. А тачанка будет брендом нашего поселения.

**Савилова Т.Г.:** Кстати, Нефедов Ф.И. создал это уникальное оружие и первым в составе разведгруппы применил его в бою в ходе Гражданской войны под станицей Романовской в 1918 году.

**Мартынов И.Т.:** В этом году будет 101 год этому событию. В школе х.Паршикова открыт музей Ф.И. Нефедову, ежегодно в поселении проводятся соревнования среди футбольных

команд района на кубок Ф.И.Нефедова. Если в дизайн-проекте сквера эта тема найдет отражение, то будет замечательно. Например фотозона на эту тему или что-то другое. Тачанка хоть и ростовчанка, но изобрел ее наш земляк.

**Савельева Г.И.:** Необходимо активизировать работу по популяризации этого бренда среди школьников и взрослого населения.

**Донскова И.С.:** Знаете я полностью согласна с Галиной Ивановной. В создании бренда выделяются 2 этапа:

1. Поиск и выделение отличий. Отличие-это сочетание множества деталей, каждая из которых может быть индивидуальной и, как правило, весьма незначительной. Главное в успешном брендинге- это создание собственной темы, идеи-миссии, цели. Сегодня этим поиском мы с вами и занимались.
2. Усиление отличий. Состоит в возвеличивании мельчайших отличительных особенностей до тех пор, пока они не станут достаточно важными, чтобы произвести впечатление на умы других людей. Этим нам придется заняться, чтобы закрепить нашу индивидуальность в умах людей.

В ходе обсуждения и анализа идей решили:

1. Рекомендовать при разработке дизайн- проекта в малых архитектурных формах отразить величественный памятник исторического прошлого - тачанку. Создал это уникальное оружие и первым в составе разведгруппы применил в бою под станицей Романовской 18 мая 1918 года, одержав блестящую победу над конницей противника, казак-пулеметчик из х.Паршиков Цимлянского района (ныне территория Маркинского сельского поселения) Федор Иванович Нефедов (1893г- 1971г).
2. Шире популяризировать этот бренд среди школьников и взрослых.
3. Разработать туристическую тропу по знаменательным местам поселения, включив в маршрут х.Паршиков ( место, где родился и умер Ф.И.Нефедов, музей в МБОУ Паршиковская СОШ), сквер ст.Маркинской.

Секретарь:



О.М.Третьякова