

**Историко-культурное своеобразие Ставропольского края и его отражение в рекламе**

**Умрихин Сергей Сергеевич**

*Студент (бакалавр)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

*E-mail: s.umrixin2016@yandex.ru*

Историко-культурное, архитектурное наследие Ставропольского края - это особый и очень важный экономический ресурс региона, он может и должен стать основой особой отрасли специализации, стать одним из перспективных направлений развития экономики края и, что особенно важно, развития туризма, который, по оценкам западных экспертов, становится одним из ключевых разделов непроектируемой сферы экономики постиндустриального общества.

Кавказские Минеральные Воды (КМВ, Кавминводы) — конгломерат городов, расположенных в пределах Ставропольской возвышенности и северных склонов Большого Кавказа. Кавминводы — один из старейших курортных районов России, известный с 1803 года. Эта область славится лучшими предприятиями санаторно-курортного комплекса, их основная специализация — оказание медицинских и оздоровительных услуг, лечение всемирно известными водами и минеральными грязями.

Рассматривая проблематику вопроса, на сегодняшний день существует объективная необходимость из многообразия направлений культурной политики выделить приоритеты, такие как:

1. Культура и наследие;
2. Культура и досуг;
3. Культура и коммуникации;
4. Культура и образование.

Новые внешние факторы развития, переход от индустриального к постиндустриальному обществу, глобализация многих экономических, социальных и культурных процессов могут восприниматься горожанами как своеобразный вызов. В современном обществе акцент смещается от воспроизводства универсальных образцов культуры к сохранению и формированию собственных культурных продуктов и связанного с ним индивидуального городского имиджа, узнаваемого в глобальном информационном пространстве.

Одним из примеров позитивного образа региона может служить реклама проекта «Мульти-Россия» - цикл социальных анимационных роликов, который стал выдающимся социально-культурным событием всероссийского масштаба. В цикл уже вошло свыше 50 минутных роликов. Каждый мультфильм - это визитная карточка одного из городов, регионов или народностей России. Ролики создаются в уникальной технике динамичной пластилиновой анимации, которая завораживающе действует как на детей, так и на взрослых. Все фильмы вместе составят живую и праздничную видеоэнциклопедию нашей страны.

«Мульти-Россия» предназначена для трансляции по центральным и региональным каналам телевидения в качестве социальной рекламы. Регулярный телепоказ цикла даст мощный позитивный эффект. «Мульти-Россия» поможет сформировать в обществе уважение к нашей многонациональной культуре, снизит уровень межнациональной напряженности, даст повод испытать гордость за свою великую страну: *А знаете, люди, где найти напиток великанов? Да у нас, в России, в Ставропольском крае! Так переводится слово «нарзан». Кавказские минеральные воды - самый первый курорт России, где бывали*

*и Пушкин, и Лермонтов, и Толстой. Здесь больше ста целебных источников! Ставрополье - это лесистые горы, хлебные поля, широкие степи! Эти места выбрали за красоту специально, чтобы разводить племенных арабских скакунов. Потом юг России укрепили на Кавказе цепью из десяти крепостей. Один форт стал теперь Ставрополем, городом хлебосольным и мирным. Во как! Времена - разные, а страна - одна!*

К сожалению, этот проект - единственный способ заявить об уникальности нашего региона, но даже он не отразил историко-культурное и природное своеобразие Ставрополья. Программа создания позитивного имиджа Ставропольского края должна быть направлена на достижение стратегических целей развития региона как одного из наиболее перспективных, удобных и привлекательных, обладающего лидирующими характеристиками, экономических и культурных центров России. Если говорить о рекламе Ставрополья и Кавказских Минеральных вод, то возникает большое количество сложностей:

1. Хотя регион и считается уникальным в области туризма, но нет развернутой рекламной кампании о курортах Ставропольского края.

2. Мы можем встретить информацию в Интернете о санаториях КМВ, гостиницах Ставропольского края на сайтах «Тонкости туризма» <http://tonkosti.ru>, <http://www.infokart.ru/stavropolskogo-kraja>.

3. Что касается радиорекламы, то она не работает в полную силу в нашем регионе. Если фраза «Курорты Краснодарского края» стала практически крылатой и известной не только в России, но и за ее пределами, то бренд «Курорты Ставропольского края» не работает вообще.

Для исправления нынешней ситуации Правительством РФ и Ставропольского края принят ряд мер. В течение 2015 года курорты Ставрополья активно презентовались не только в России, но и в мире. Более 200 организаций санаторно-курортного и туристского комплексов края принимали участие в выставках, форумах, ярмарках и конференциях различного уровня. Были достигнуты договоренности о сотрудничестве с представителями Италии, Латвии, Ирана. Подписан протокол о намерениях между министерством экономического развития Ставрополья и министерством курортов и туризма Республики Крым. Прорабатывается вопрос с одним из крупнейших туроператоров России "CORAL TRAVEL" о расширении его присутствия на туристском рынке региона. Это будет способствовать популяризации курортов и увеличению турпотока.