

Образы Тольятти как стимул развития туризма



МИССИЯ:

«Миссия - смысл, предназначение, уникальная роль городского округа Тольятти в окружающей его среде»

(Из Положения об организации разработки Стратегического плана развития городского округа Тольятти до 2020г.)

АКСИОМА: Мы интересны только тогда, когда отличаемся от окружающего мира.

ОБРАЗ – целостное представление о чем-либо.

ОБРАЗ:

- **ОБРАЗ:** вид, тип, характер чего- л. (облик)

- **ОБРАЗ:** результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека (имидж)

- **ОБРАЗ:** обобщенное художественное отражение исторической и современной действительности (миф, легенда)

(Словарь Ожегова)

Какими мы, тольяттинцы, себя представляем?



Образы Тольятти: 1

«Старый/новый Ставрополь»

Черты образа

- «город крещеных калмыков»

=> Религиозная и мировоззренческая толерантность

- «наследники казачьей вольницы»

=> вольный и не всегда законопослушный дух

- «центр сельскохозяйственной провинции»

=> В сознании жителей слабо разделяются урбанистический Тольятти и сельскохозяйственный Ставропольский район



**Материальные
носители образа
старого Ставрополя**



Качества образа с точки зрения въездного туризма:

- историческое прошлое города слабо (мало) представлено в материальных объектах , к тому же не объединенных в самодостаточные комплексы
 - материальные носители образа имеют неэстетический вид
-
- + есть возможность творческой проработки легенд о «старом Ставрополе»
 - + есть возможность восстановить старые промыслы, интересные для туристов, например, кумысолечебницу (с имитацией вновь созданных объектов под старину)

Образ «Старый/новый Ставрополь»

- Может ли этот образ представлять собой самостоятельную ценность для туристов?
- Можно ли считать этот образ брендом города Тольятти?
- Что даст включение объектов этого образа в число объектов турпоказа?



Материальные носители образа



Качества образа с точки зрения въездного туризма:

- экологически неблагополучный («город большой химии»)
 - качество производимой продукции не всегда воспринимается положительно (желтая «Калина»)
 - промышленные предприятия закрыты для посещения туристов
 - нет специфических тольяттинских объектов (памятник «копейке» и др.)
- + при желании, возможно развивать промышленный туризм

Образ

«Технополис, автомобильная столица»

- Может ли этот образ представлять собой самостоятельную ценность для туристов?
- Есть ли достаточный набор материальных носителей этого образа?
- Можно ли считать этот образ брендом города Тольятти?



Материальные носители образа



Качества образа с точки зрения въездного туризма:

- специфическая «тольяттинская» психология (вынужденный «сепаратизм»), отсутствие поддержки тольяттинских инициатив со стороны областной элиты, постоянная конкуренция с другими субъектами на невыигрышных для Тольятти условиях
 - низкая бытовая культура, низкая эстетика и неуникальность городской среды
 - мало «своих» знаковых мест и местных легенд
- + возможность налаживать независимые внешние связи (как национальные внутри России, так и международные)
- + широкое мировоззрение, «незацикленность» на местных традициях

Образ
«Тольятти – субъект мира»

- Может ли этот образ представлять собой самостоятельную ценность для туристов?
- Есть ли достаточный набор материальных носителей этого образа?
- Можно ли считать этот образ брендом города Тольятти?

Город-«микс»,
экспериментальная площадка



Материальные носители образа



Качества образа с точки зрения въездного туризма:

- облик города - в стиле «унисекс», нет специфического «тольяттинского» архитектурного стиля
 - мало внимания уделяется эстетике городской среды, повышению культуры быта (в т.ч.визуальной рекламы) за счет затраты сил на реализацию крупных промышленных проектов
 - созданы перспективные для туризма комплексы: Жигулевская долина, ОЭЗ, но они не используются при разработке турмаршрутов
- накоплен большой опыт проведения культурных, спортивных и деловых мероприятий различного масштаба
 - имеются пилотные разработки событийных мероприятий, представляющих интерес для других регионов

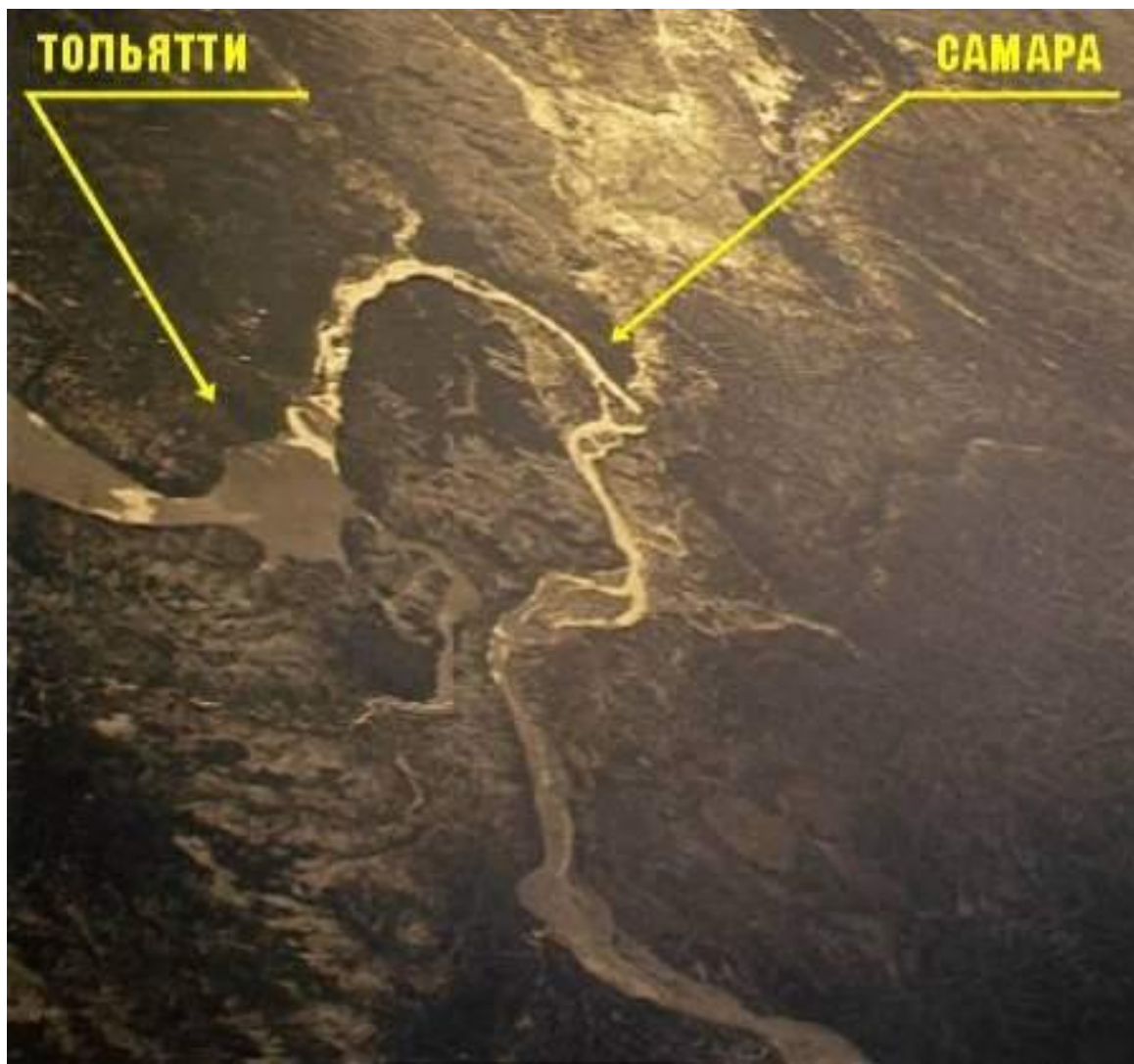
Образ

«Тольятти – экспериментальная площадка»

- Может ли этот образ представлять собой самостоятельную ценность для туристов?
- Есть ли достаточный набор материальных носителей этого образа?
- Можно ли считать этот образ брендом города Тольятти?

Образы Тольятти: 4

Тольятти - столица природного региона
«Самарская Лука» (более известного как
«Аномальная зона «Самарская Лука»)



Материальные носители образа



Качества образа с точки зрения въездного туризма:

- природный и исторический потенциал используется бессистемно
 - историческая и современная мифология остается за пределами внимания управленческих органов, которые призваны формировать бренд
- + исторически сложившийся образ Средневолжья и его легенды известны в России и во всем мире и являются мотивом привлечения туристов

Образ

«Тольятти – столица Самарской Луки»

- Может ли этот образ представлять собой самостоятельную ценность для туристов?
- Есть ли достаточный набор материальных носителей этого образа?
- Можно ли считать этот образ брендом города Тольятти?



2008 год



РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТВОРЧЕСКИЙ КОНКУРС «СОВРЕМЕННЫЕ ЛЕГЕНДЫ САМАРСКОЙ ЛУКИ» (2 этапа)

Цель Конкурса: пополнение сферы современной культуры через формализацию современных народных легенд, составляющих образ города

Главная задача конкурса:

выделение нового имиджевого направления в стратегии развития города Тольятти, повышение конкурентоспособности местного туристского продукта и эффективное использование туристского потенциала территории.

В результате выявлены интересные тенденции в современной мифологии г.Тольятти и региона Самарская Лука



ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МИФОЛОГИИ

Часть творческих работ развивает историческую тему

- Легенды о покровительнице (Хозяйке) Самарской Луки и большая группа легенд о женщинах-богатырках и женщинах, обладавших тайными знаниями (истоки – в историческом матриархате)
- Разновидности легенд о Степане Разине (аналоги с индийским эпосом)
- «Илья Муромец и Муромский городок на Самарской Луке» (и др.);
- «Атаман Шелудяк и Хозяйка Жигулевских гор» и др.)



ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МИФОЛОГИИ

Часть творческих работ основана на преданиях о конкретных территориях или населенных пунктах

- **«Сполоха»**
- **«Вавилов дол»**
- **«Звездочки над Жигулями»**
- **«Ставрополь-на-Волге»**

Важно, что лишь малая часть работ вызвана воспоминаниями о затопленном Ставрополе, и эти работы по смысловому содержанию и оформлению абсолютно отличаются от исторических легенд о Мирном городе



ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МИФОЛОГИИ

Часть творческих работ основана на мифологических представлениях о сакральных природных объектах

- **Легенды о *Мирном городе***
(основа – «жигулевская фата-моргана»)
- **Легенды, основанные на культуре родников**
- **Легенды о Каменной Чаше, Духовом Камне – хранителе Самарской Луки, г.Светелке и др.**



НЕ НАШЛИ ОТРАЖЕНИЯ ТЕМЫ:

- легенды, связанные с объектами техники (например «копейка» - ВАЗ-2101) и другие т.н. «легенды технополиса»,
- легенды, героями которых выступали бы **животные** (лишь в живописных работах представлены несколько работ, посвященных Памятнику Собаке (Памятнику Верности)).



Вывод:

Образ города Тольятти в сознании тольяттинцев в общих чертах уже сложился, нужно искать и применять адекватные и эффективные методы для того, чтобы этот образ стал не только внутренним самоощущением тольяттинцев, но и был активно используем и поставлен на службу интересам жителей нашего города.