

## СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК УСЛОВИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

В статье рассматривается символический капитал региона и его роль в формировании привлекательного имиджа для инвесторов. В работе представлены данные по инвестиционной активности региона, символические факторы инвестиционной привлекательности. Описано отношение иностранных партнеров к символическим ресурсам Ульяновской области.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, символический капитал, имидж региона.

Одной из приоритетных стратегических задач региональной политики становится повышение инвестиционной привлекательности территории. Для территориального субъекта важно отстроиться от конкурентов, регионов со схожими или более выгодными характеристиками, определяющими экономическую привлекательность: обеспеченность региона ресурсами, наличие земель для строительства, развитость транспортной инфраструктуры региона и другие. Для решения данной задачи можно выйти за рамки чисто экономических категорий и включить в комплекс коммуникаций с инвесторами имиджевые составляющие.

*Цель данной работы:* определить роль символического капитала в формировании имиджа территории, привлекательного для инвесторов. Теоретическую базу работы составляют научные положения, авторы которых занимались различными аспектами инвестиционной привлекательности региона. Среди них - А.Н. Асаул, Н.И. Пасяда, К.М. Щепакин, И.П. Савельева, Е.Ю. Трофименко. К теоретическим аспектам маркетинга территории обращались такие исследователи как Д.В. Визгалов, А.П. Панкрухин, И.С. Важенина. Несмотря на разработанную теоретическую базу в сфере имиджа, тема влияния символического капитала территории на инвестиционную привлекательность остается малоизученной.

В своей работе мы опирались на теорию социального пространства и символической власти французского социолога Пьера Бурдьё. В рамках данной теории важно отметить, что для повышения имиджевой привлекательности территории символы должны быть включены в социальное пространство, а конкретно – в систему отношений индивидов. П. Бурдьё дает определение «символического капитала», в котором отмечает, что «демонстрация символического капитала (всегда весьма дорогостоящая в экономическом плане) составляет, вероятно, повсеместно, один из механизмов, благодаря которым капитал идет к капиталу». В современной трактовке символический капитал может включать в себя архитектуру региона, его историю, местный колорит, язык, на котором говорят жители, их привычки, менталитет. На этом можно разрабатывать различные событийные, культурные, даже экономические проекты [1].

По данным «Корпорации развития Ульяновской области», регион вышел на первое место среди субъектов Приволжского федерального округа по динамике инвестиционной активности. Индекс физического объема инвестиций в основной капитал составил 104,9%. В последние пять лет сохранялась положительная тенденция в инвестиционной деятельности, на территории области начали работу ряд иностранных и российских производственных компаний [3, с. 8-9]. Инвестиционная политика Ульяновской области строится, как и в других регионах, опираясь на экономические факторы (наличие региональных льгот для инвесторов, больших площадей для строительства производств различных масштабов, развитой дорожно-транспортной инфраструктуры). Два последних пункта особо важны для развития региональной экономики: обрабатывающие производства составляют 85% всех промышленных предприятий региона. Инвестиционная привлекательность

территориального образования определяет условия инвестиционной деятельности в различных его отраслях [4, с. 97].

В условиях информационного общества важным компонентом инвестиционной политики региона становится деятельность по формированию привлекательного имиджа регионального центра не только для населения, но и для жителей других регионов, иностранных компаний. Уникальные компоненты имиджа могут стать конкурентным преимуществом, т.к. на общество все большее влияние оказывает мир вербальный, построенный на информации, символах и образах. От того, насколько территориальный субъект умеет успешно работать в области информации и формировать свой привлекательный имидж, зависит успех его развития, успех предприятий, располагающихся на его территории [2, с. 110].

По данным исследования Ernst&Young, более 90% крупных китайских компаний оценивают российский рынок как привлекательный для своего бизнеса. В последние годы между Ульяновской областью и китайскими партнерами был заключен ряд соглашений по различным инвестиционным проектам. Европейцам сложно понять китайский менталитет, но существуют символы, способные объединить людей разных национальностей. Для китайских партнеров важным и притягательным символом нашего региона является образ В.И. Ленина – основателя коммунистической идеи в действии. Они уважительно относятся к данной личности, называют Ленина своим братом, ценят его учение о форме общности людей. В Ульяновске расположено множество знаковых мест, популярных среди бизнесменов и политиков из Китая: дом, где родился В.И. Ленин; здание Симбирской классической гимназии, где учился В. Ульянов; памятник В.И. Ленину; Ленинский мемориал, в котором расположен музей XX века. Для китайских партнеров из разных сфер – это «гарант доверия», о котором писал П. Бурдьё, раскрывая механизм действия символического капитала.

Ульяновская область в последнее десятилетие активно сотрудничает с японскими компаниями. В регионе введены в эксплуатацию станкостроительный завод японского концерна DMS MORI, завод по производству шин компании Bridgestone, завод по сборке грузовиков Isuzu Motors Ltd. Предложение по локализации технологий для ветроэнергетики заинтересовало японские компании; своеобразным «гарантом доверия» выступили уникальный ландшафт Ульяновска и климат: город расположен над Волгой, на высоком хребте Жигулевских гор, здесь всегда дует ветер и чистый воздух. Жители Японии отличаются своим особым отношением к природе, в японских школах даже есть предмет, который имеет название «Любование природой». Для японских партнеров в Ульяновске есть природные символы, которые не оставляют их равнодушными. Бульвар Венец и уникальное сооружение – ветровой орган, расположенный на берегу уникальной русской реки. Японцам нравится слушать здесь музыку ветра и голоса природы.

Символический капитал территории способен сблизить людей разных национальностей, носителей разительно отличающихся менталитетов: ленинские места притягательны для Китая, Дом-музей И.А. Гончарова представителя русской классической литературы – для европейцев; заповедник с месторождением симбирцитов – для японцев. Для поддержания благоприятного инвестиционного климата нужно включить в комплекс имиджевых коммуникаций региона легендированные маршруты и объекты, которые будут больше говорить о территории, чем самые яркие слова.

Мнения самих жителей относительно уникальности и ценности образа территории неоднозначны. Мы провели *качественное исследование* методом глубинных интервью (выборка составила 100 человек), чтобы собрать мнения ульяновцев по этому вопросу. Говоря об историческом облике, как об архитектурном ансамбле в целом, выполненном в том стиле, который преобладал на момент ранней застройки города, жители утверждают, что он присутствует. Жители, чаще посещающие центр города как деловой, а не исторический, положительно оценивают постройку современных торгово-офисных комплексов. Молодое поколение (15-26 лет) и люди активного трудоспособного возраста (35-45 лет) не видят

сложности в совмещении старого и нового стилей застройки. Для ульяновцев в возрасте 46-55 лет принципиальным является сохранение существующего исторического облика центра, построек прошлых веков, которые делают город уникальным. Молодежь тоже задумывается об исторической ценности старых домов, но хочет видеть в городе больше современных зданий. *Исторический образ – это ведь не только памятники и архитектура, это еще и дух, и настроение тех поколений, которые жили и живут в нашем городе, поэтому исторического образа не может не быть* (Служащий, муж., 26 лет).

На первых местах в рейтинге особых символов города, по мнению жителей, как и иностранных партнеров, Ленинский мемориал с музеем XX века, Дом И.А. Гончарова (историко-литературный центр), Карамзинский сквер с богиней истории Клио. Большинство респондентов отметили их как важные места для описания образа Ульяновска.

*Итак, знаки-символы с древних времен создаются людьми как особая форма коммуникаций. Позиционирование региона может быть ярким и гибким для носителей разных менталитетов за счет символических ресурсов, превращенных в символический капитал. Этот капитал способен приносить большие дивиденды, если он умело включен в массовые и межличностные коммуникации социума.*

### Список литературы

1. Визгалов Д. О том, почему города - это лучшие бренды // The Village. 2014. URL: <http://www.the-village.ru/village/city/direct-speech/139363-pryamaya-rech-denis-vizgalov-ob-breninge-gorodov> (дата обращения: 9.09.2017).
2. Люлько, А.Н. Новые вызовы для городов. Актуальность информационной и имиджевой политики / А.Н. Люлько // Власть. -2012. - №6. - С. 107-110
3. Фадеева, Т.В. Инвесторов зовут на прорыв / Т.В. Фадеева // Открытый регион. -2016. - №4. - С. 8-12
4. Щепакин К.М., Волкова Я.Ю., Щербакова Е.С. Проблемы инвестиционной политики городов в современных экономических условиях // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. -2013. - №4-1. - С. 97-102

*S.V. Tsyganova*

### **SYMBOLIC CAPITAL AS A CONDITION OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE REGION**

The article examines the symbolic capital of the territory and its role in the formation of an attractive image for investors. The paper presents data on investment activity in the region and symbolic factors of investment attractiveness. The article also describes the attitude of foreign investors to the symbols of the Ulyanovsk region.

Key words: investment attractiveness, symbolic capital, image of the region.