

Особенности формирования геобренда Камчатки через локальные бренды

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Логин София Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: logishsofia@yandex.ru

В современной геополитической и экономической реальности усиливается конкуренция между регионами за туристические потоки, инвестиции и человеческий капитал. Формирование устойчивого геобренда становится не просто маркетинговой задачей, а стратегическим приоритетом территорий. При этом, как показывают исследования (Magram MR, 2024), наблюдается устойчивый рост доверия потребителей к локальным брендам: 41% респондентов отмечают их прямое влияние на имидж региона, что подтверждает актуальность выбранной темы.

Камчатский край в этом контексте обладает уникальным символическим капиталом (вулканическая эстетика, этнокультурное наследие, образ «края земли»), однако потенциал региона раскрывается не только через туризм, но и через развитие локальных индустрий — моды, косметики, дизайна. Именно они транслируют идентичность территории через визуальные и смысловые коды, формируя эмоциональную связь аудитории с местом.

Теоретическую основу исследования составляют работы А.А. Бардашевич, рассматривающей формирование туристически привлекательного геобренда Камчатки, и О.Н. Гуровой, анализирующей специфику и потенциал развития локальных брендов одежды в России. Вопросы адаптации этнических элементов в современной моде освещены в исследованиях Г.Э. Садыковой, что позволяет рассматривать культурное наследие коренных народов Камчатки как ресурс для создания уникальных продуктов. [3][9][18].

Цель данной работы — выявить особенности формирования геобренда Камчатки через развитие и продвижение локальных брендов, а также проанализировать коммуникационные стратегии, используемые в сферах моды, косметики и предметного дизайна для трансляции региональной идентичности.

В результате исследования установлено, что локальные бренды Камчатки (включая fashion-индустрию, сувенирную продукцию и косметику) выступают не просто коммерческими проектами, а эффективными медиаторами геобренда. Они транслируют региональную идентичность через визуальные коды (орнаменты, природные мотивы) и смысловые нарративы (экологичность, аутентичность), что способствует формированию устойчивого положительного имиджа территории. Выявленные коммуникационные стратегии — storytelling, работа с наследием коренных народов, использование цифровых каналов — могут быть масштабированы на другие регионы России, решающие задачи территориального брендинга.

Источники и литература

- 1) 1. Агрба А. А. Легендирование как инструмент брендинга территорий / А. А. Агрба. — Текст : электронный // Сервис plus. — 2024. — Т. 18. — № 1. — С. 97–115.
- 2) 2. Аутентичный бренд одежды активно развивается на Камчатке. Kamgov.ru : официальный сайт Правительства Камчатского края. URL: <https://kamgov.ru/news/autenticnyj-brend-odezdy-aktivno-razvivaetsa-na-kamcatke-71345> (дата обращения: 13.01.2026).

- 3) 3. Бардашевич А. А. Формирование туристически привлекательного геобренда Камчатки / А. А. Бардашевич, Б. А. Семенов. — Текст : непосредственный // Редакционная коллегия. — 2024. — С. 21.
- 4) 4. Без купюр про кутюр: чем камчатская мода отличается от высокой. Аргументы и факты – Камчатка : сетевое издание. URL: https://kamchatka.aif.ru/society/persona/bez_kupyur_pro_kutyur_chem_kamchatskaya_moda_otlichaetsya_ot_vysokoy (дата обращения: 13.01.2026).
- 5) 5. Бренд «Береги Камчатку» завоевывает интерес стильной одеждой и сильной эко-философией. — Текст : электронный // Представительство Правительства Камчатского края при Правительстве РФ. — URL: <https://predstavitelstvo41.ru/tpost/18y99ph4r1-brend-beregi-kamchatku-zavoevivaet-inter> (дата обращения: 07.01.2026).
- 6) 6. Бренд «Береги Камчатку» стал финалистом Всероссийского конкурса. — Текст : электронный // ИА Камчатка. — URL: <https://kamtoday.ru/news/society/brend-beregi-kamchatku-stal-finalistom-vserossiyskogo-konkursa/> (дата обращения: 07.01.2026).
- 7) 7. Бренд-стратегия. Supermarket.Agency : официальный сайт маркетингового агентства. URL: <https://supermarket.agency/branding-agency-services/brend-strategiya/> (дата обращения: 13.01.2026).
- 8) 8. Васильева Э. В. Культура моды в контексте российской идентичности / Э. В. Васильева. — Текст : непосредственный // Омский научный вестник. — 2014. — № 4 (131). — С. 212–214.
- 9) 9. Гурова О. Н. Локальные бренды одежды в России: специфика и потенциал развития / О. Н. Гурова. — Текст : электронный // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. — 2022. — Т. 15. — Вып. 4. — С. 351–366. — URL: https://pureportal.spbu.ru/files/116026288/elibrary_50342342_59664742.pdf (дата обращения: 07.01.2026).
- 10) 10. Камчатка кипит креативом локальных брендов. — Текст : электронный // Камчатка Сегодня : сетевое издание. — 2024. — URL: <https://kamtoday.ru/news/poluostrov/kamchatka-kipit-kreativom-lokalnykh-brendov/> (дата обращения: 07.01.2026).
- 11) 11. Культурный код в дизайне. ×Tinkoff Journal× : онлайн-журнал. URL: https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/kulturnyj-kod-v-dizajne/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 13.01.2026).
- 12) 12. На Камчатке создан новый бренд современной одежды. — Текст : электронный // Камчатка Сегодня : сетевое издание. — 2021. — URL: <https://kamtoday.ru/news/society/na-kamchatke-sozdan-novyy-brend-sovremennoy-odezhdy/> (дата обращения: 07.01.2026).
- 13) 13. Названы 20 трендов fashion-рынка на 2026 год. — Текст : электронный // PROfashion. — 2024. — URL: <https://profashion.ru/fashion/trends/nazvany-20-trendov-fashion-rynka-na-2026-god/> (дата обращения: 07.01.2026).
- 14) 14. Ностальгия и поиск идентичности: Яндекс Маркет и РБК представили макротренды российской моды. Fashion-Buzz.Media : онлайн-издание о моде. URL: <https://fashionbuzz.media/news/tpost/o3ijcrot21-nostalgija-i-poisk-identichnosti-yandeks> (дата обращения: 13.01.2026).
- 15) 15. Официальный интернет-магазин бренда «Hello Камчатка». — URL: <https://hellokamchatka.store/> (дата обращения: 07.01.2026).
- 16) 16. Официальный интернет-магазин бренда «KamchaShop». — URL: <https://kamchashop.ru/shop/> (дата обращения: 07.01.2026).

- 17) 17. Региональные бренды на Московской неделе моды: будущее за локальным дизайном. ×The Voice Mag× : онлайн-журнал. URL: https://www.thevoicemag.ru/fashion/news/03-10-2025/regionalnye-brendy-na-moskovskoi-nedele-mody-budushchee-z-a-lokalnym-dizainom/?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 13.01.2026).
- 18) 18. Садыкова Г. Э. Исследование влияния традиционных этнических элементов на современную моду и как они адаптируются для создания новых трендов / Г. Э. Садыкова, А. М. Султанова. — Текст : непосредственный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2024. — № 10-4 (97). — С. 75–81.
- 19) 19. Тимофеев М. Ю. Туристический брендинг регионов России. Дальний Восток / М. Ю. Тимофеев. — Текст : непосредственный // Управление культурой. — 2024. — Т. 3. — № 3. — С. 23–31.
- 20) 20. Традиция в современном дизайне : материалы XVII Санкт-Петербургских этнографических чтений / отв. ред. В. М. Грусман, Е. Е. Герасименко. — СПб. : ФГБУК «РЭМ», 2018. — 312 с. — URL: <https://ethnomuseum.ru/files/PDF/Library/Chteniy-a-17/978-5-7937-1722-9.pdf> (дата обращения: 07.01.2026).
- 21) 21. Эффективность применения креативных стратегий в рекламной кампании : выпускная квалификационная работа / А. В. Баранов. Москва :Московский международный университет, 2024. 65 с. URL: https://archive-coursework.mmu.ru/files/upload/Diplomas/2024/publish/p_8283_813.pdf (дата обращения: 13.01.2026).
- 22) 22. KamchaShop: мерч, которому стало тесно на Камчатке. — Текст :электронный // EastRussia. — URL: <https://www.eastrussia.ru/material/kamchashop-merch-kotoromu-stalo-tesno-na-kamchatke/> (дата обращения: 07.01.2026).