

РЕЦЕНЗИЯ
НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ
Шпарейчук Аллы Евгеньевны
«КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО КАК БАЗИС БРЕНДИРОВАНИЯ РЕГИОНА»

Автор магистерской диссертации исследует популярную ныне тему ситибрэндинга и заявляет определенную позицию: культурный фактор является основой построения успешного брендинга городов, находя для подтверждения своей позиции вполне убедительные аргументы как спекулятивного, так и верифицируемого характера.

В диссертации дан подробный анализ зарубежной и российской литературы по тематике территориального маркетинга. Выделены основные тенденции в данной сфере, даны теоретические модели ситибрэндинга, предложенные С. Анхольтом и К. Динни.

Важен для научной работы, какой является магистерская диссертация, проделанный магистрантом обзор точек зрения и дефиниций философов прошлого понятия «культура».

Интересен анализ понятия «культурная идентичность», предложенного автором. Речь идет об общих для жителей региона совокупности культурных ценностей, норм, поведенческих стандартов, что позволяет чувствовать причастность к территории, рождает региональный патриотизм. Также включается в авторскую концепцию понятие системы ценностей территории, что значимо для брэндинговых стратегий.

Собраны и проанализированы кейсы – опыт продвижения ряда российских городов, которые в центре стратегии продвижения поставили культурные ценности – Перми, Санкт-Петербурга, Мышина Ярославской области, а также Венеции и Гонконга. По понятным причинам наиболее подробно исследованы усилия администрации и экспертного сообщества Санкт-Петербурга, прежде всего, объединенного проектами, предложенными и реализованными Комитетом по внешним связям города.

Культура и атмосфера, созданная профессионалами и любителями в этой сфере, всегда способствовали привлечению в город новых жителей и туристов. В работе культура характеризуется также как ресурс моделирования современности: способов организации пространства, выработки новых форм взаимодействия, учреждения современных институций, что помогает воспринимать город как прогрессивный.

Материалы для анализа тщательно подобраны и проанализированы, выводы логичны.

Вместе с тем остаются некоторые вопросы, на которые следует получить ответ во время защиты магистерской диссертации.

Во-первых, в работе речь преимущественно идет о культурных формах, хотя в названии сказано «культура и искусство». Роль искусства специально не исследована.

Во-вторых, в работе говорится в общем виде о важности культурного фактора в ситибрэндинге. Но хотелось бы увидеть, как конкретно он используется в маркетинговой и брэндинговой программах городов.

В-третьих, в предоставленном тексте упоминаются различные книги и статьи, но – особенно в первой главе – почти отсутствуют сноски. Там же, где

указаны источники, во многих случаях отсутствуют конкретные страницы.
Библиографический список оформлен с нарушениями стандартов.

Наконец, присутствуют опечатки и фактические ошибки.

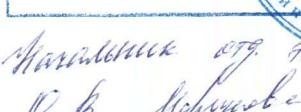
В целом же магистерская диссертация Шпарейчук Аллы Евгеньевны
является самостоятельным произведением и заслуживает высокой оценки.

Д-р социол. наук, профессор
кафедра социологии и
управления персоналом
Санкт-Петербургского государственного
экономического университета


Н.Л. Захаров

Для
документов

Подпись заверяю:


V. B. Морозова
16. 05. 2014