

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Ладыгиной Татьяны Анатольевны «Музейные практики как инструмент формирования бренда малого уральского города», представленной на соискание ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры

В автореферате диссертации Т.А. Ладыгиной представлены основные результаты научного исследования, посвященного изучению возможностей использования современного потенциала музеев и музейных практик в процессе актуализации культурного наследия и формирования бренда малого уральского города. В обосновании актуальности исследования диссертант совершенно справедливо отмечает, что культурологическая составляющая теории создания и продвижения городских брендов фактически находится в стадии формирования. Вместе с тем диссертант продемонстрировала хорошее знание идейно-теоретических традиций изучения города как культурного целого в отечественной гуманитарной науке. Поиски культурологического осмысления категорий «городской бренд» и «брендинг города» продолжаются. В качестве примера считаем уместным привести результаты исследований доктора культурологии Д.Н. Замятина, который ввел в научный оборот понятие «геокультурный брендинг города», признав при этом нереальность полного отказа от существующих маркетинговых схем в классическом понимании территориального брендинга.


Методологическая база диссертации Т.А. Ладыгиной основывается на научных подходах, традиционно применяющихся в рамках городских исследований (аксиологический, символический, системный, деятельностный, коммуникационный). Конечно, не совсем понятны мотивы отказа диссертанта от средового подхода к городу. Но это скорее не замечание, а рекомендация для развития исследовательских стратегий автора. Содержание же основных положений, выносимых на защиту, дают общее представление о научной новизне проведенного исследования.

Из содержательной части автореферата диссертации выделим сильные стороны исследования Т.А. Ладыгиной. Стоит только приветствовать участие диссертанта в разработке бренда «Город земских традиций» для уральского города Красноуфимска. Нам известны научные публикации Т.А. Ладыгиной (2015 – 2020 гг.), в которых раскрываются концептуальные основы данного бренда. Особо ценным признаем описание результатов обзора традиционных и новационных музейных практик, воплощенных творческим коллективом сотрудников Красноуфимского краеведческого музея в 2015 – 2021 гг. Диссертант привела аргументы в пользу тезиса о том, что музей в настоящее время стремится быть активным субъектом культурной политики Свердловской области, при этом, в частности, заметив: «музей готов играть роль идейного лидера в процессе формирования образа места и всегда открыт для эффективного партнерства» (С. 22). Другой вывод Т.А. Ладыгиной о том, что музейные практики выявляют смыслы (идеи, места, артефакты, события), которые

становятся идентификационными маркерами территории, не противоречит общепринятым в среде специалистов подходам к пониманию существенных аспектов бренд-идентификации современного города (И.С. Важенина, П.Е. Родькин и др.). Выскажем мнение и о некоторых недостатках диссертационной работы. Так в автореферате отсутствует позиция диссертанта относительно практик проведения круглых столов и интернет-конференций, тематически посвященных брендингу городов Свердловской области (2011 – 2012 гг.). В 2009 – 2012 гг. перспективные полевые исследования на территории уральского региона проводили Д.В. Визгалов, Д.Н. Замятин и Н.Ю. Замятина и др. В их публикациях были изложены идеи создания брендов для Алапаевска, Качканара, Невьянска, Режа и других городов. Можно ли говорить о «солидарности» взглядов специалистов по проблеме брендинга малого уральского города? Считаем необходимым обратить внимание и на то обстоятельство, что предложенное диссертантом авторское определение понятия «бренд города» имеет довольно близкое созвучие с конструкциями Д.В. Визгалова, нашедшими отражение в ряде его научных трудов.

Данные замечания не влияют на высокую оценку проведенного исследования. Автореферат позволяет судить о том, что диссертация Татьяны Анатольевны Ладыгиной по теме «Музейные практики как инструмент формирования бренда малого уральского города» является самостоятельно выполненной, законченной научной работой и соответствует всем требованиям, предъявляемым к такого рода научным изысканиям, а её автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры.

Доктор исторических наук (07.00.02 – Отечественная история), доцент,
профессор кафедры «Государственное управление и история»
ФГБОУ ВО «ПНИПУ»

 / С.А. Дианов

19.10.2021

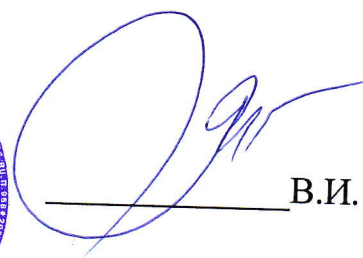
Адрес организации: 614990, г. Пермь, Комсомольский проспект, д. 29,
кафедра «Государственное управление и история» Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический университет».

Телефон: +7 (342) 2 198 392

E-mail: istor@pstu.ru

Подпись С.А. Дианова заверяю
Ученый секретарь
Ученого совета ПНИПУ
кандидат исторических наук, доцент





В.И. Макаревич

«19» октября 2021 г.