

Отзыв официального оппонента

доктора философских наук, профессора Ромма Марка Валериевича
на диссертацию Севостьянова Алексея Владимировича
«Позиционирование инновационного города как региональная стратегия:
социально-философский аспект», представленную на соискание
ученой степени кандидата философских наук
по специальности 09.00.11 – Социальная философия

Диссертационное исследование Алексея Владимировича Севостьянова посвящено вопросам целенаправленного формирования имиджа современного города. В фокус внимания диссертанта попадает имидж инновационных городов, которые, ввиду вовлеченности в интенсивное производство и потребление инноваций, остаются принципиально открытыми многообразным внутренним изменениям. Необходимость учета подобных изменений придает стратегиям позиционирования инновационного города комплексный характер, превращая эти стратегии в перспективный предмет социально-философской рефлексии.

Обращение к соответствующей тематике является актуальным по причинам теоретического и практического плана. На сегодня в распоряжении научного сообщества находится богатый арсенал результатов теоретизации феномена города (от классических теорий М. Вебера и Г. Зиммеля до современных концепций, выстраиваемых с опорой на положения феминизма, акторно-сетевой теории и т. д.), однако приспособление имеющихся теоретических экспликаций к нуждам исследований инновационного города по-прежнему представляет собой не вполне решенную задачу. В то же время, необходимость обеспечения эффективного функционирования объективно существующих инновационных городов, равно как и стремление городов, не являющихся инновационными, стать таковыми, создает устойчивый практический запрос на разработку темы.

Исследование А. В. Севостьянова затрагивает как теоретическую, так и практическую сторону вопроса. Оно состоит из трех глав, которые, в свою очередь, складываются из восьми разделов. Работа подчинена ясной и вполне

оправданной логике движения от абстрактного к конкретному. Диссертация начинается с наиболее фундаментальных теоретических замечаний о природе позиционирования инновационного города, а завершается изложением результатов апробации этих замечаний в практике позиционирования г. Томска. По ходу изложения материала встречается несколько исследовательских решений, достойных специального упоминания.

Заслуживает поощрения внимание диссертанта к теоретическим дискуссиям, определяющим общую направленность обсуждения избранной им темы, а именно – к дискуссиям между урбанистами и антиурбанистами. Несмотря на то, что освещение соответствующих дискуссий не входит в задачи А. В. Севостьянова, чьи взгляды закономерно сближаются с точкой зрения урбанистов, он несколько раз (в частности, на с. 3–4, 58) делает акцент на содержании позиций антиурбанистов, а также на потенциальных слабостях этих позиций.

Представляется продуктивным решение А. В. Севостьянова отождествить в своих рассуждениях понятия «образ инновационного города» и «имидж инновационного города» (с. 28). Специфика процедур позиционирования феноменов в социальной среде такова, что требует максимально тщательного учета оценочных компонентов в составе формируемых благодаря позиционированию образов объектов. Привлечение понятия «имидж», традиционно используемого для указания на подобные компоненты, позволяет одновременно отразить прочие функции образов инновационного города, не множа сущее без необходимости.

Вызывает интерес избранная А. В. Севостьяновым точка зрения на социальную природу имиджа инновационного города. В исследовании параллельно задействуются три группы положений из области социальной онтологии, благодаря объединению которых диссертанту удастся сформировать достаточно объемное видение предмета. Это: положения из сферы феноменологической социологии; положения о природе виртуальной реальности (в т. ч. медиареальности); и положения о социальной коммуникации как символическом обмене. Благодаря данным положениям А. В. Севостьянову

удается разграничить реальность повседневной жизни инновационных городов и фантазийную гиперреальность симулякров, где локализуются имиджи этих городов, – одновременно обосновав тезис о сохранении корреляций между изменениями образов инновационного города и трансформациями инновационного города как феномена.

Хорошее впечатление производят результаты практической работы диссертанта по апробации формулируемых в тексте идей. С одной стороны, А. В. Севостьянов успешно прибегает к анализу содержания медиадискурса, чтобы на конкретном примере продемонстрировать, какими средствами и в каких обстоятельствах создается и трансформируется имидж инновационного города (с. 93–97). С другой стороны, руководствуясь содержащимися в диссертации философскими взглядами на природу образов, А. В. Севостьянов принимает самое непосредственное участие в нескольких крупных проектах по формированию позитивного отношения жителей Томска к этому городу (с. 106–115). В целом работа и по проблематике, поднятой автором, и по уровню решения раскрывает те положения новизны, которые вынесены во введение к диссертации. Отметим, что достоверность полученных результатов обуславливается репрезентативностью источниковедческой базы и корректным применением общенаучных и специально-философских методов.

Некоторые исследовательские решения диссертанта производят впечатление дискуссионных и располагают к постановке вопросов:

1. Обосновывая актуальность анализа закономерностей, имманентных процедурам позиционирования инновационного города, автор делает специальный акцент на увеличении удельной доли городского населения планеты, иначе говоря, – на объективном росте и развитии городов в мировых масштабах (с. 3–4, 63). Однако на с. 36, где этот рост ставится в зависимость от требований рыночной экономики, оказывается, что «В условиях буквального «вымирания» никому не известных городов, город-бренд приобретает подлинное существование как феномен жизненного мира». Остается неясным, как следует объединять эту фразу

с констатацией фактов об ускоряющихся темпах переселения человечества в города.

2. Говоря о городах-брендах, диссертант использует сразу несколько терминологических конструктов, свободно замещая их друг другом. На одной только с. 36, где понятие бренда впервые последовательно вводится в рассуждения А. В. Севостьянова, использованы такие словосочетания, как «город-бренд», «бренд города», «городской бренд» и «город, обладающий брендом». При этом определение дается лишь понятию «бренд города» (с. 37). Принимая во внимание значение данного понятийного ряда для работы, можно задаться вопросом о продуктивности решения столь свободно распоряжаться терминами.

3. Не все понятия, дефиниции которых можно было бы ожидать встретить при чтении диссертации, в действительности обретают такие дефиниции. Примером может выступить понятие «город», привлекаемое при указании на объект исследования (с. 7), но не определяемое в диссертации в эксплицитной форме. Конечно, в тексте неоднократно встречаются замечания, способствующие прояснению точки зрения А. В. Севостьянова на этот вопрос (с. 45–46, 56, 61 и др.), однако нельзя не отметить, что использование определения усилило бы соответствующие тезисы автора.

4. Исследование выстраивается с ощутимой опорой на наработки конструктивизма, что находит отражение в логике преподнесения А. В. Севостьяновым материала. Диссертант явно предпочитает проблемно-ориентированное рассмотрение публикаций предшественников систематическому и хронологически ориентированному их разбору. Привлекая источники, помогающие развить ту или иную мысль диссертации, автор порой обходит молчанием труды классиков, и в результате текст оказывается не лучшим образом приспособлен к прояснению исследовательской ситуации, в которой было инициировано обсуждение темы. Из восьми разделов диссертации ни один не ограничивается освещением и проблематизацией идей, ранее выдвинутых научным сообществом. Однако в некоторых случаях такие идеи имеет смысл проанализировать специально, поскольку они отражают содержательные

дискуссии, постепенно разворачивающиеся во времени (пример тому – исследования по теме брендинга города в зарубежной литературе).

Приведенные замечания не снижают, впрочем, общей положительной оценки диссертации. Текст изложен доступным языком, получаемые А. В. Севостьяновым выводы отвечают цели и задачам работы, способствуют решению поставленной диссертантом проблемы. Диссертационное исследование «Позиционирование инновационного города как региональная стратегия: социально-философский аспект» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям согласно пп. 9–11, 13, 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842, а его автор, Севостьянов Алексей Владимирович, заслуживает присуждения ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.11 – Социальная философия.

Официальный оппонент

декан факультета гуманитарного образования, профессор кафедры философии федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный технический университет», доктор философских наук (09.00.11 – Социальная философия), профессор



Ромм Марк Валериевич

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный технический университет», 630073, г. Новосибирск, пр-т К. Маркса, 20; (383) 346-50-01; rector@nstu.ru; www.nstu.ru

03 апреля 2017 года

Подпись М. В. Ромма удостоверяю

Начальник отдела кадров НГТУ



О. К. Пустовалова