

## СВЕДЕНИЯ О РЕЗУЛЬТАТАХ ПУБЛИЧНОЙ ЗАЩИТЫ ДИССЕРТАЦИИ

Диссертационный совет Д 212.267.01, созданный на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», извещает о результатах состоявшейся 30 мая 2017 года публичной защиты диссертации Севостьянова Алексея Владимировича «Позиционирование инновационного города как региональная стратегия: социально-философский аспект» на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.11 – Социальная философия.

На заседании диссертационного совета присутствовали 19 из 24 членов диссертационного совета, из них 7 докторов наук по специальности 09.00.11– Социальная философия:

1. Суровцев В.А., доктор философских наук, профессор, 09.00.03, председатель диссертационного совета
2. Завьялова М.П., доктор философских наук, профессор, 09.00.01, заместитель председателя диссертационного совета
3. Эннс И.А., кандидат философских наук, доцент, 09.00.03, ученый секретарь диссертационного совета
4. Ардашкин И.Б., доктор философских наук, доцент, 09.00.11
5. Борисов Е.В., доктор философских наук, доцент, 09.00.03
6. Колодий Н.А., доктор философских наук, доцент, 09.00.03
7. Коробейникова Л.А., доктор философских наук, профессор, 09.00.11
8. Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, доцент, 09.00.01
9. Ладов В.А., доктор философских наук, доцент, 09.00.03
10. Мелик-Гайказян И.В., доктор философских наук, профессор, 09.00.11
11. Моисеева А.П., доктор философских наук, профессор, 09.00.11
12. Найман Е.А., доктор философских наук, доцент, 09.00.03
13. Оглезнев В.В., доктор философских наук, доцент, 09.00.01
14. Петрова Г.И., доктор философских наук, профессор, 09.00.11
15. Рубанов В.Г., доктор философских наук, профессор, 09.00.01
16. Сыров В.Н., доктор философских наук, профессор, 09.00.03
17. Чешев В.В., доктор философских наук, профессор, 09.00.01
18. Щербинин А.И., доктор политических наук, профессор, 09.00.11
19. Щербинина Н.Г., доктор политических наук, доцент, 09.00.11

**Заседание провёл председатель диссертационного совета доктор философских наук, профессор Суровцев Валерий Александрович.**

По результатам защиты диссертации тайным голосованием (результаты голосования: за присуждение ученой степени – 19, против – нет, недействительных бюллетеней – нет) диссертационный совет принял решение присудить А.В. Севостьянову ученую степень кандидата философских наук.

**Заключение диссертационного совета Д 212.267.01**  
**на базе федерального государственного автономного образовательного**  
**учреждения высшего образования**  
**«Национальный исследовательский Томский государственный университет»**  
**Министерства образования и науки Российской Федерации**  
**по диссертации на соискание учёной степени кандидата наук**  
аттестационное дело № \_\_\_\_\_

решение диссертационного совета от 30.05.2017, № 39

О присуждении **Севостьянову Алексею Владимировичу**, гражданину Российской Федерации, учёной степени кандидата философских наук.

Диссертация **«Позиционирование инновационного города как региональная стратегия: социально-философский аспект»** по специальности **09.00.11** – Социальная философия принята к защите 22 марта 2017, протокол № 29, диссертационным советом Д 212.267.01 на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации (634050, г. Томск, пр. Ленина 36, приказ о создании диссертационного совета № 743/нк от 05.11.2013).

Соискатель **Севостьянов Алексей Владимирович**, 1972 года рождения.

В 1994 году соискатель окончил Томский Ордена Октябрьской революции и Трудового Красного Знамени государственный университет им. В.В. Куйбышева.

В 2015 соискатель заочно окончил аспирантуру федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет».

Работает в должности в должности начальника департамента информационной политики в Администрации Томской области.

Диссертация выполнена на кафедре политологии федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации.

Научный руководитель – доктор политических наук, **Щербинин Алексей Игнатьевич**, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», кафедра политологии, заведующий кафедрой.

Официальные оппоненты:

**Ромм Марк Валериевич**, доктор философских наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный технический университет», факультет гуманитарного образования, декан; кафедра философии, профессор

**Покровская Елена Михайловна**, кандидат философских наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники», кафедра иностранных языков, заведующий кафедрой; кафедра философии и социологии, доцент

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Томский государственный архитектурно-строительный университет», г. Томск, в своём положительном отзыве, подписанном **Кокаревич Марией Николаевной** (доктор философских наук, профессор, кафедра философии, заведующий кафедрой), указала, что диссертация А.В. Севостьянова посвящена социально-философским аспектам актуальной сегодня проблемы продвижения инновационного города. Остроту проблеме придает жесткая конкуренция, в условиях которой происходит продвижение «города-товара» на специфическом «рынке территорий». Новизна исследования заключается в понимании города как социальной реальности, формирующейся в динамике взаимоотношений двух планов бытия города («физический город» и «виртуальный город»). А.В. Севостьяновым предложены оригинальные определения понятий «город», «имидж», «образ», «коммуникации»; проанализированы структура образа города и каналы его трансляции, а также алгоритм конструирования бренда города-товара; проанализированы социальная

структура и специфические проблемы умных городов настоящего, проблема корреляции идеологии инноваций и восприятия реальности, проблема управлением развитием университетского города; сделан вывод о приоритете науки над пользой; предложен алгоритм стратегического планирования инновационного развития региона, включающий анализ пространственно-временных характеристик города, требования к стратегии, философские, экономические и управленческие аспекты, аудит человеческих, информационных и экономических ресурсов и сами ресурсы, этапы разработки и реализации, объективные (рейтинговые) и субъективные (стиль и уровень жизни) механизмы оценки эффективности стратегии; выявлена и сформулирована проблема разрыва между реальным городом и его образом, ментальной дистанции между авангардом инновационной политики (творцы инноваций и представители власти) и потенциальными потребителями и противниками инноваций, сделан вывод о принципиальной неразрешимости названных проблем, а также о диалектическом характере взаимодействия агентов социальных инноваций, проявлявшемся на всем протяжении существования цивилизации. Исследование вносит существенный теоретический и практический вклад в разработку проблем социальной динамики и роли в ней Internet и СМИ, проблем продвижения инновационных городов, анализа и управляемого коллективного конструирования урбанистической идентичности. Полученные А.В. Севостьяновым результаты могут быть использованы при разработке и чтении курсов лекций по социальной философии, урбанистике, социальному проектированию, брендингу территорий.

Соискатель имеет 9 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации – 8 работ, опубликованных в рецензируемых научных изданиях – 3, в сборниках материалов международной междисциплинарной и всероссийских научных конференций – 3, статья в научно-справочном издании – 1, программа авторского курса – 1. Общий объем публикаций – 3,75 п.л., авторский вклад – 3,6 п.л.

В диссертации отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем ученой степени работах, в которых изложены основные научные результаты диссертации.

Наиболее значительные работы по теме диссертации, опубликованные в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук:

1. **Севостьянов А. В.** Внешнее позиционирование инновационного города как муниципальная стратегия / А. В. Севостьянов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2011. – № 3 (15). – С. 53–58. – 0,55 п.л.

2. **Севостьянов А. В.** Позиционирование инновационного города : философия и практика / А. В. Севостьянов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2016. – № 3 (35). – С. 66–75. – DOI: 10.17223/1998863X/35/6. – 0,6 п.л.

3. **Севостьянов А. В.** Взаимоотношения философа и города: от античных истоков до вызовов постсовременности / А. В. Севостьянов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 11 (73), ч. 1. – С. 133–136. – 0,5 п.л.

На автореферат поступило 3 положительных отзыва. Отзывы представили:

1. **И.П. Басалаева**, канд. филос. наук, доцент кафедры социологии и философии Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета, *с замечаниями*: в формулировке цели исследования представляется спорным тезис о том, что позиционирование инновационного города является «наиболее выраженной тенденцией социальных изменений современной эпохи»; не исследованы дискурсивные формации современной управленческой практики; известную модель «тройной спирали» Г. Ицковица следовало вводить не в статусе аналитического инструментария, а скорее в качестве объекта «пристального взгляда» – как один из продуктов менеджерской идеологии; автореферат не содержит анализа причин (в философском смысле), то есть оснований и генезиса парадигмы управления в целом и маркетинга территорий в частности; в тексте автореферата имеются языковые неточности, в частности, в формулировке предмета исследования «философские аспекты позиционирования» явно не могут быть «способом социального конструирования реальности», каковым, судя

по всему, является собственно позиционирование. 2. **Д.Г. Горин**, д-р филос. наук, профессор кафедры политологии и социологии Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Москва, *с замечанием*: из автореферата неясно, насколько традиционные стратегии, концепции, программы и бюджетные отношения, отражающие повсеместную управленческую практику как на региональном, так и на муниципальном уровне, способны учитывать быстро меняющуюся реальность инновационного города, его «текущую современность», если воспользоваться терминологией книги З. Баумана. 3. **М.В. Шматко**, канд. филос. наук, доцент кафедры «Философия и социальные коммуникации» Омского государственного технического университета, *с замечаниями*: автор утверждает, что отсутствие у города информационно-коммуникативных атрибутов (имиджа, логотипа, сайта и пр.) не позволяет в полной мере проявить присущую ему социальную природу, однако эта природа имеет не только субъективное, но и человеческое измерение, не говоря о том, что у города есть материальное или географическое наполнение, а сам он существует и объективно, и субъективно; недостаточно обосновано выглядит отнесение автором России к числу стран «слободской архаики и недоурбанизированного модерна».

Авторы отзывов отмечают, что актуальность диссертационной работы А.В. Севостьянова определяется вызовами растущей урбанизации, являющейся одной из фундаментальных характеристик эпохи, ее последствиями для природы и общества, а также необходимостью исследования возможностей позиционирования инновационного города в условиях меняющегося общества. Автором впервые выведено на социально-философский уровень изучение инновационного города и его позиционирования; проанализированы региональные стратегии в процессе конструирования бренда города; постулирована связь сущности позиционирования территорий с процессами социального конструирования не «вообще», а именно «внутри сообществ»; концепт «умного города» сопоставлен с концептами инновационного университета (предпринимательского типа) и университетского города. Помимо разработки теории и методологии А.В. Севостьяновым реализованы несколько проектов, нацеленных на формирование идентичности города Томска и получивших национальное и международное признание.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается тем, что **М.В. Ромм** является высококвалифицированным специалистом в области социально-философского анализа различных аспектов взаимодействия инновационного вуза с городской средой, презентации университета в социальных сетях, сетевого взаимодействия университета и города, и тем самым, одного из важнейших направлений стратегии позиционирования на основе феноменологического подхода; **Е.М. Покровская** – высококвалифицированным специалистом по проблемам интегрирующего значения философского знания в формировании эффективных коммуникаций в быстроменяющемся городском сообществе, востребованности инновационных специалистов и предпринимателей, комплексной стратегии формирования культурной идентичности мигрантов как фактора инновационной стратегии университета, города, региона; одним из направлений деятельности **Томского государственного архитектурно-строительного университета** являются социально-философские аспекты комплексных исследований города, включая инновационную проблематику, социальные и социокультурные проблемы воздействия науки и технологий на личность и общество в глобализирующемся мире, изучение феномена города от античности до наших дней.

**Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:**

*Выявлено, что в условиях ускорившегося процесса урбанизации и глобальной конкуренции возрастает значение социально-философского осмысления самого города как мира и образа города как символически конструируемого социального феномена, образующего мир особых значений. В данной связи приобретают конструктивистский смысл понятия позиционирования и бренда города, когда в особой реальности восприятия можно создать мир значений, релевантный для социальной коммуникации, в том числе и с помощью медиа. Социальное пространство города сегодня включает в себя и пространство репрезентации (образы, символы), что создает условия для успешной идентичности как основы для коммуникации и внутри самого города, и с внешним миром с помощью брендов.*

*Показано, что имманентно заданная городу инновационная природа является значимым контекстом для понимания системных и социокультурных рамок*

оформления конституции инновационного города. Коммуникация в данном контексте есть символический обмен, в ходе которого город-мир образует символическую системную конструкцию. Символическая многозначность имиджевой коммуникации порождает ряд субъектов-конструкторов, одним из которых выступает власть.

*Обосновано*, что эпоха постмодерна породила феномен «умных городов». Сегодня в центре инноваций стоит человек, его ценности, интересы и возможности. Знание и образование, креативный потенциал города и человека (наряду с новыми технологиями) становятся и важнейшими условиями, и смыслом формирования одновременно устойчивой и в то же время адаптивной к инновациям и внешним вызовам социальной среды города. Новая городская конституция, таким образом, уже включает в себя «умное управление», «умное сообщество» и «умные технологии», а социальное конструирование реальности города осуществляется интерактивным коллективным субъектом с помощью «имиджевой политики» в действии, основанной на стратегии позиционирования.

*Установлено* и экспериментально подтверждено, что университетские города обладают большим креативным и инновационным потенциалом в процессе, связанном с инновациями. Конституирующая роль стратегии позиционирования представляет собой разработку и принятие к действию сложного (но непротиворечивого), нуждающегося в философском фундировании, комплекса мероприятий, основанного на территориальной или местной идентичности и ресурсах, и, главное, органичном осмыслении социумом города как бренда.

**Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:**

*Раскрыты* эвристические возможности конструктивистского подхода к городу как социальному феномену, символическому конструкту сознания в управляемой коммуникации и конструктивистской операции «позиционирования» в форме новой реальности.

*Эксплицированы* конструктивистские основания феномена «позиционирования» города, включающие в себя релевантную трансформацию образа города в социально значимую реальность, имеющую коммуникативное бытие.

*Обосновано* авторское понимание «бренда города» как смыслового мира, конструируемого в процессе символического обмена, и целесообразность



позиционирования города как инновационного, поскольку данная отличительная характеристика города-бренда позволит связать будущее и культурное прошлое в образе города.

*Установлено*, что сегодня формирование конструктивного представления о городе как универсуме значений опосредовано «символической политикой» властей и «имиджевой политикой» в действии как социальной практикой его репрезентации.

*Проведены* феноменологические анализ и синтез в отношении образа инновационного города, диалектический подход применительно к меняющемуся социальному пространству города.

**Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:**

*Проведена и подтверждена экспериментально* разработка стратегии позиционирования города в условиях современных инноваций, что позволит заинтересованным субъектам использовать ее как методологический ресурс при конструировании образа города.

*Эксплицирована* необходимость учета потенциала конструктивизма в качестве методологии формирования смысловых феноменов при разработке и продвижении бренда города как смыслового мира.

*Сформулирован* принцип взаимодополняемости социальной и виртуальной реальностей, позволяющий раскрыть потенциал инновационного города в диалектическом единстве социального, технологического и коммуникационного компонентов, когда социальная коммуникация с помощью виртуализированных средств обретает новое качество социальной значимой реальности.

**Рекомендации об использовании результатов диссертационного исследования.** В теоретическом плане результаты диссертации дают феноменологическое обоснование работам по социальным проблемам города и могут быть полезны для исследования города как инновационной реальности, а также процессов конструирования образа города при изучении страновых, региональных и муниципальных брендов, имиджевой политики властей различных уровней.

Прикладная значимость диссертации связана с проектной деятельностью в рамках региональных и муниципальных стратегий позиционирования городов.

Материалы исследования могут быть использованы в учебном процессе по социальной философии, региональному маркетингу и брендингу: «Феноменология пространства и времени инновационного города», «Теория и практика социального конструирования реальности инновационного города» и в качестве теоретических основ урбанистики XXI века.

**Оценка достоверности результатов исследования выявила:**

Достоверность полученных результатов определяется репрезентативностью источниковедческой базы исследования, корректным применением общенаучных и социально-исторических методов, использованием феноменологического анализа и синтеза в отношении образов, диалектического подхода применительно к меняющемуся социальному пространству города, привлечением достаточного количества источников на русском и английском языках.

**Научная новизна** результатов диссертационного исследования заключается в следующем:

*Установлено*, что сегодня город без имиджа, бренда, логотипа, сайта, иных коммуникативных атрибутов не может в полной мере проявить свою социальную природу.

*Показано и проиллюстрировано на эксперименте*, проведенном соискателем, значение городской идентичности для позиционирования города как социального феномена.

*Обосновано*, что бренд меняющегося города является субъективным смысловым конструктом в коммуникации с городом; доказано, что в инновационном обществе имидж бренда возможен как конструируемый феномен медиареальности.

*Эксплицированы* возможности понимания бренда инновационного города как основы его позиционирования в качестве смыслонесущего коммуникативного послания о городе как носителе будущего.

*Выявлены* сущностные черты «умного города», «университетского города» и города как составной части инноваций по «тройной спирали» (большой креативный и инновационный потенциал города; активное участие университета в инновационных разработках в интересах гражданского общества как креативной среды и союзника, а также бизнеса и государства как заказчиков и стратегических партнеров в совместных проектах, где технологические и социальные проблемы города становятся исследовательскими задачами университета).

**Личный вклад соискателя состоит в:** участии в постановке цели и задач диссертационного исследования, определении предмета исследования, проведении анализа многочисленных источников по теме диссертации, всестороннем изучении российской и зарубежной литературы, разработке основных положений диссертационной работы: обнаружении конструктивных особенностей позиционирования инновационного города как наиболее выраженной тенденции социальных изменений современной эпохи; выявлении сути процесса управляемого конструирования значения бренда в позиционировании города в форме новой реальности; анализе особенностей инновационного города и региональной стратегии как способа социального конструирования реальности инновационного города. Все результаты, выносимые на защиту, получены автором лично.

Диссертация отвечает критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней для диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, и, в соответствии с пунктом 9 Положения, является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение научной задачи по выявлению возможностей современной социальной философии в разработке стратегии позиционирования инновационного города, имеющей значение для развития современной социальной философии.

На заседании 30.05.2017 диссертационный совет принял решение присудить **Севостьянову А.В.** ученую степень кандидата философских наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 19 человек, из них 7 докторов наук по специальности 09.00.11 – Социальная философия, участвовавших в заседании, из 24 человек, входящих в состав совета, проголосовал: за – 19, против – нет, недействительных бюллетеней – нет.

Председатель  
диссертационного совета

Ученый секретарь  
диссертационного совета



*Handwritten signatures in blue ink.*

Суровцев  
Валерий Александрович  
Эннс  
Ирина Андреевна

30.05.2017