



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Суханова ул., д. 8, г. Владивосток, 690950 Телефон (423) 2433472, Факс (423) 2432315

Эл. почта: rectorat@dvfu.ru Сайт: <http://www.dvfu.ru>

ОКПО 02067942, ОГРН 1022501297785 ИНН/КПП 2536014538/253601001

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук Ни Цзяоцзяо «ФЕНОМЕН КУЛЬТУРНОГО БРЕНДА В СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ» по специальности 09.00.13 – Философская антропология, философия культуры (философские науки)

Диссертационное исследование Ни Цзяоцзяо посвящено актуальной теме современной философской и политической науки — построения брендов в современной культуре Китая. В настоящее время в условиях торговых войн с США, формирование позитивного имиджа и узнаваемых брендов предприятий КНР является важной стратегической задачей, а новые феномены требуют философского осмысления.

Ни Цзяоцзяо доказывает, что культурные бренды становятся серьезным ресурсом культурной политики КНР, в арсенале которой находятся конкретные концепции, стратегии и социокультурные практики. Диссертант исследует бренды с философско-антропологических позиций как целостный социокультурный феномен, обладающий особой природой, структурой, функциями и новизной взгляда и приобретает явную практическую значимость.

Логически выстроенная структура диссертации полностью соответствует заявленной во Введении цели и поставленным задачам. Раскрывая комплекс подходов, необходимых для анализа сущностных и практических аспектов концепции «бренда» и «культурного брендинга в условиях межкультурного взаимодействия» в Первой главе, автор обосновано переходит к анализу репрезентативных практик локализации и интернационализации культурных брендов как части внутренней и внешней культурных стратегий КНР, и далее к специфике интернационализации культурных брендов КНР в условиях межкультурного взаимодействия.

Ни Цзяоцзяо детально и тщательно проанализировала степень изученности литературы, классифицировав три группы школ по культурному брендингованию в КНР. Автор справедливо отмечает, что, составляя отдельное научное направление, культурный брендинг продвигается достаточно активно, становясь инновационной формой государственной и региональной политики по обеспечению благоприятных условий социального, культурного и экономического развития.

Вместе с тем, стоит высказать и некоторые замечания. Так, во Второй главе, параграфа 2.3. «Специфика интернационализации культурных брендов КНР в условиях межкультурного взаимодействия» диссертанту следовало более ясно прописать процесс

создания культурных брендов как механизма продвижения китайской культурной «мягкой силы» вовне. Кроме того, формат автореферата, не позволил автору развернуто представить функции культурных брендов КНР в развитии приграничных регионов. Остается вопрос. В чем проявляется приграничная специфика культурного брендинга?

Несмотря на высказанные замечания и возникающие вопросы, работа обладает неоспоримой научной ценностью и актуальностью. Диссертация Ни Цзяоцзяо является оригинальной, завершенной научно-квалификационной работой. Работу отличает хороший стиль изложения, логическое построение материала глав и параграфов.

Результаты проделанного диссертантом комплексного исследования отражены в Заключении, содержащем основные выводы и перспективы дальнейшего исследования тематики. Перспективным направлением исследования выступает «оценка потенциала культурного брендинга России и Китая в рамках компаративистских исследований культурных стратегий двух стран и последующего когнитивного моделирования тенденций их развития и взаимодействия».

Основные положения диссертационного исследования Ни Цзяоцзяо отражены в двадцати публикациях (в т.ч. 3 – в научных статьях, опубликованных в изданиях из Перечня рецензируемых научных изданий ВАК РФ).

В целом на основе анализа текста автореферата можно сделать вывод, что диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук Ни Цзяоцзяо «Феномен культурного бренда в современной китайской культуре» по специальности 09.00.13 – Философская антропология, философия культуры (философские науки) полностью соответствует паспорту специальности и требованиям Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (ред. от 01.10.2018) «О порядке присуждения ученых степеней» (вместе с «Положением о присуждении ученых степеней»), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата философских наук.

Отзыв составлен кандидатом политических наук, доцентом Академического департамента английского языка Восточного института — Школы региональных и международных исследований Дальневосточного федерального университета Бояркиной Анной Владимировной.

ФГАОУ ВО ДВФУ
ВИ-ШРМИ

Академический департамент английского языка
Эл. почта: aboyarkina@gmail.com
Тел. 8 914 704 0545

Бояркина А.В.



«11» октября 2019 г.