

Отзыв на автореферат диссертации Ни Цзяоцзяо
«Феномен культурного бренда в современной китайской культуре»,
представленной на соискание ученой степени кандидата философских наук
по специальности 09.00.13 – Философская антропология, философия
культуры
(философские науки)

В современном мире общепризнанным фактом считается то, что культурное пространство играет важную роль в жизни общества. Это особенно значимо в условиях межкультурного взаимодействия и видоизменения типов культур под влиянием различных технологий. Происходит трансформация базовых ценностных ориентиров, основ бытия, моделей повседневной жизни и т.д.

Как отмечает автор диссертации, исследование культурных брендов в Китае является частью государственной стратегии, а в российской науке отсутствует представление об аксиологии китайских брендов и их структурно-функциональных характеристиках (с.5,6). В этой связи заявленная цель исследования - анализ феномена культурного бренда в современной китайской культуре в условиях межкультурного взаимодействия, представляет немалый интерес как с академической, так и с практической точек зрения.

Следует отметить, что избрание в качестве предмета исследования явление культурного брендинга как «культурного модулятора», особенно в современной китайской культуре, приобретает особую значимость, поскольку в настоящее время китайское традиционное общество переживает процессы вестернизации и глобализации и культурные бренды страны являются своеобразным «щитом», а также инструментом конструирования модели развития китайской цивилизации. Кроме того, рост могущества современного Китая вызывает потребность осознания и изучения процессов, происходящих в разных сферах современной жизни китайского общества.

Само исследование выстроено в русле цели и задач, сформулированных автором. Детально представлена методология исследования, представленная диссертантом в рамках социокультурного, культурологического, философско-антропологического, аксиологического подходов (с.8).

Автореферат достоверно отображает содержание диссертации.

Глава первая посвящена анализу теоретико-методологических проблем исследования, в заключении которой делается вполне обоснованный вывод о том, что культурный брендинг является одной из форм межкультурного

взаимодействия, а его механизмы способствуют наращиванию потенциала национальной культуры.

Среди положений, выносимых на защиту, заслуживают внимания положения 1,3,4, в которых автор утверждает, что культурный брендинг является квинтэссенцией современной культуры Китая и рассматривается как форма репрезентации национальной культуры (с.10). В этом контексте особое внимание привлекает параграф первый главы второй, анализируется и раскрывается сущность бренда как компонента культурной стратегии Китая (с.16). А вывод, сделанный в ходе анализа практик культурного брендинга КНР о том, что интернационализация китайских культурных брендов является частью внешней культурной стратегией Китая и механизмом популяризации китайских культурных ценностей, представляется весьма важным (с.22).

В целом, на наш взгляд, основные положения диссертации, выносимые на защиту, являются доказанными. Данное исследование в широком смысле вписывается в реализацию общечеловеческого проекта диалога культур с учетом мировоззренческих основ метапарадигмы диалога Запад-Восток.

Достаточно широкий спектр публикаций по теме диссертации (общее число 20) является подтверждением исследовательской зрелости автора.

Определенные погрешности, в основном редакционного характера, не влияют на общее благоприятное впечатление о работе. Содержание автореферата доказывает, что научное исследование состоялось и автор Ни Цзяоцзяо вполне заслуживает присуждения ученой степени кандидата философских наук.

Кандидат философских наук, доцент
кафедры иностранных языков

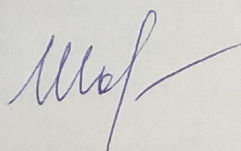
Читинского института Байкальского
государственного университета,

672000, Российская Федерация,

Чита, ул. Анохина, 56,

e-mail: academy@narhoz-chita.ru.

Тел. (3022) 32-34-21, (3022) 32-59-76



Т.А. Шаренкова

Подпись *Т.А. Шаренкова*
заверяю *Рамцева Т.А.*
-15- 10 20.19г.

