

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета

на диссертацию

Антонова Григория Константиновича

«Новые технологии территориального развития России в условиях сетевых коммуникаций (политологический анализ)»,

представленную на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 - политические институты, процессы и технологии

В современной политической науке особое значение придается анализу влияния новых инструментов принятия решений на локальном, региональном и национальном уровнях. Развитие интернет-технологий и распространение сетевых структур, появление принципиально новых форм производства и подтверждения различных транзакций (таких как, например, блокчейн), глобализация и нивелирование национальных границ и расстояний для современных средств медиа-коммуникаций потребовали, с одной стороны, скорейшей разработки, а, с другой, тщательного анализа эффектов новых управленческих технологий. Такой анализ, в свою очередь повлек необходимость создания новых методологических подходов к оценке принимаемых решений, их связанности с политическим контекстом, влиянием на обеспечение устойчивости, либо, напротив, дестабилизации политических систем.

Совершенно очевидно, что такие методологические подходы должны носить междисциплинарный характер, позволяющий произвести комплексный анализ состояния системы политического управления.

В этом смысле, обращение Антонова Г.К. в своем диссертационном исследовании **«Новые технологии территориального развития России в условиях сетевых коммуникаций (политологический анализ)»** к анализу возможностей и оценке эффектов применения маркетинговых технологий в области политического управления развитием территорий представляется

09/2-15 от 18.09.18

актуальным и своевременным. Актуальность сформулированных автором цели и задач исследования также не вызывает сомнений. Четко сформулированные во введении, они имеют логически связанный характер и полностью отвечают предмету и объекту исследования. Стоит отметить совмещение в формулировке цели исследования авторского замысла в виде гипотезы.

Особое значение на наш взгляд имеет актуализация автором взаимосвязи разработки и внедрения маркетинговых стратегий с «включением отдельных территорий (от городов до национальных государств и наднациональных регионов) в процесс глобальной конкуренции за ресурсы и стремлением в связи с этим сформировать у различных групп как потенциальных, так и актуальных потребителей устойчивых представлений об уникальности данной территории, ее конкурентных преимуществах и перспективах инвестиций в ее развитие». В этом смысле, новые технологии территориального развития (брендинг и маркетинг территории) оказываются важнейшими инструментами преодоления последствий экономического кризиса, а также стратегического развития российской экономики в условиях жесткого санкционного режима.

Необходимо также подчеркнуть недостаточную разработанность данной темы не только в рамках отечественной политической науки (за последние годы по этому направлению были защищены единичные диссертации), но и в теории менеджмента, а также государственного и муниципального управления. Автор совершенно правомерно отмечает, что сегодня «крайне слабо раскрыта проблема оценки эффективности маркетинга и брендинга регионов, особенно в политическом аспекте. Не до конца разработана комплексная система критериев, по которым можно было бы провести сравнительную оценку эффективности маркетинга и ребрендинга в составе общей стратегии региональной политики развития». Действительно отечественная политическая наука находится лишь в самом начале пути разработки данной проблематики и тем ценнее оказываются подобные исследования, закладывающие фундамент для будущих прикладных разработок.

Структура работы логична и хорошо сбалансирована по главам и параграфам (всего выделено три главы, разбитых на семь параграфов). Во введении отражены все необходимые пункты: актуальность исследования, степень разработанности в отечественной и мировой политической науке, предмет и объект, научная новизна, положения, выносимые на защиту. Заключение содержит четко сформулированные общие выводы по работе и некоторые рекомендации.

В главе первой автор обстоятельно разбирает актуальные тенденции развития современного сетевого общества, влияние информационно-коммуникационных технологий на институты и практики публичного управления, особенности формирования информационного пространства современной России. Стоит отметить реалистический взгляд Г.К. Антонова на воздействие новых средств коммуникации на качество развития демократии, расширение прав и возможностей граждан контролировать бюрократические структуры. Автор трезво оценивает ограничения таких возможностей, указывая на то, что прогрессивные технологии могут обеспечивать дополнительный контроль поведения граждан, стандартизировать и формализовать их политическое поведение (С.24).

Во второй главе Г.К. Антоновым рассматривается непосредственно брендинг и маркетинг территорий как платформа для регионального развития. Автор рассматривает проблему в контексте тех изменений, которые связаны с принятием решений в рамках так называемой «административной реформы», оценивает разработанные программы и их реализацию, учитывая региональные особенности территориального планирования развития. Здесь же, во втором параграфе, предлагается набор критериев оценки эффективности брендинга территории. Далее этот набор позволяет рассматривать конкретный опыт двух субъектов Российской Федерации.

Особое значение на наш взгляд имеет проведенный в Зей главе диссертации сравнительный анализ экономической, политико-административной и социо-культурной компонент брендинга г. Москвы и г. Санкт-Петербурга, а также разработанная автором система базовых

критериев оценки эффективности процесса брендинга, среди которых выделим наиболее значимые:

- полнота учета экономической и культурной компонент территориального брендинга и их сбалансированности;
- степень включенности различных акторов в процесс брендинга и маркетинга территории;
- учет позиций различных групп по отношению к бренду и сбалансированность их представленности;
- использование наименее затратных инструментов сбора и обработки информации (краудсорсинговые технологии, социальные сети, специальные интернет-сервисы).

Несомненным достоинством работы является самостоятельность оценок сложившейся ситуации в российских регионах с точки зрения возможностей перспективного планирования развития, выделение наиболее острых вопросов в процессе выработки позиции региональных элит и социума. Автором внимательно проанализированы имеющиеся по теме работы и представлен достойный обзор состояния дел в науке.

Несмотря на указанные выше достоинства, представленная работа, безусловно, не лишена и недостатков.

1. Первое, что можно отметить, это - отсутствие в исследовании сравнительного анализа различных технологий и инструментов регионального управления. Автор, согласно сформулированным задачам, акцентирует внимание на двух технологиях: брендинге и маркетинге территорий, априори считая их наиболее эффективными, однако практически отсутствует исследование других инструментов и технологий, особенно, тех, что предшествовали брендингу и маркетингу.

2. Второе замечание касается необходимости определения более четкой взаимосвязи применения маркетинговых технологий с контекстом административных реформ в РФ в параграфе 2.1. Автор достаточно подробно анализирует содержание и хронологию реформ, однако не вполне ясно, какое место занимают в ходе ее реализации брендинг и маркетинг территорий.

3. Третье замечание относится к излишней описательности, которая имеет место в первой главе работы. Автор слишком подробно описывает универсальные характеристики сетевого общества, хотя работа бы выиграла, если бы акцент был сделан именно на российской специфике.

Однако, несмотря на указанные выше замечания, диссертационное исследование Антонова Григория Константиновича **«Новые технологии территориального развития России в условиях сетевых коммуникаций (политологический анализ)»** актуально, носит самостоятельный характер, имеет научную новизну, соответствует паспорту специальности 23.00.02 политические институты, процессы и технологии, а его автор заслуживает присуждения искомой степени кандидата политических наук.

Заключение:

Диссертация **«НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (политологический анализ)»** в соответствии с основными требованиями, установленными Приказом № 6821/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете» от 01.09.2016 г., а ее автор **АНТОНОВ Григорий Константинович** заслуживает присуждения степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии.

**Доктор политических наук, профессор кафедры
истории и теории политики**

Московского государственного

университета имени М.В. Ломоносова

И.И. Кузнецов

Подпись И.И. Кузнецова
Заместитель декана
И.И. Кузнецов
И.И. Кузнецов