

МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ГОРОДСКОГО БРЕНДА

Гришанин Н.В.¹, Луценко Ю.В.^{1,2}

1 НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов»
(г. Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15)

2 РОМСО «Санкт-Петербургский центр паркура»

В работе отражена проблема поликультурного подхода к формированию территориального бренда. Авторы, проанализировав множество теорий о территориальном бренде, постарались сформировать общую модель бренда города. Проблема формирования городского бренда связана, прежде всего, с различными научными школами, которые предшествовали тем подходам, которые сформировались в 21 веке в области городского брендинга. Среди тех подходов, которые легли в основу современных моделей формирования городского бренда, можно назвать семиотические концепции города, социальное конструирование городской реальности, средовой подход в формировании городского пространства, работы по имиджу территорий, культурологические подходы, исторические и др.

MODEL OF FORMATION OF TERRITORIAL BRAND

Grishanin N.V.¹, Lutsenko Y.V.^{1,2}

1 Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, St-Petersburg, Russia
(192236, St-Petersburg, Fuchika Str., 15)

2 RSYSO "Saint-Petersburg's parkour center"

The paper reflects the problem of multi-cultural approach to the formation of the territorial brand. The authors analyzed a number of theories on the territorial brand tried to form a common model of the brand. The problem of forming the urban brand is associated primarily with the various schools of thought that preceded the approaches that emerged in the 21st century in the field of urban branding. Among those approaches, which formed the basis of current models of the formation of the urban brand can be called semiotic concept of the city, the social construction of urban reality, the environmental approach in shaping urban space of the image of the territories, cultural approaches, historical, etc.

ПРОФСОЮЗЫ VS СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ. РЕБРЕНДИНГ

Гришанин Н.В., Проскуряков М.Р.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов»
(г. Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15), e-mail: nikitag@bk.ru

В современном информационном пространстве, переполненном идеологическими конструктами, доверие приобретает особую ценность. Это и есть та причина, по которой социальные сети ценны для профсоюзов и политических организаций: они позволяют создавать личные отношения, со множеством людей одновременно. Сайты социальных медиа представляют собой платформу, на которой производимый пользователем контент появляется через взаимодействие и сотрудничество в виртуальном пространстве, меняя иерархии и идеологии сообществ. Интерес к использованию электронных социальных технологий со стороны профсоюзного движения связан с тем, что социальные медиа позволяют обратиться к большому количеству людей одновременно, и предоставляют платформу, которая обеспечивает двустороннюю коммуникацию. Профсоюзы, как особый принцип солидарности групп в борьбе за общие экономические интересы, пережили несколько государственных формаций и всегда были связаны с системой государственного управления. Применение социальных технологий «тонизирует» идеологию профсоюзного движения, дает новые практические решения в реализации функций профсоюзного движения.

UNIONS VS SOCIAL NETWORK. REBRANDING

Grishanin N.V., Proskuryakov M.R.

NOU VPO " Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences"
(St. Petersburg, ul. Fuchika, 15), e-mail: nikitag@bk.ru

In today's information environment, crowded ideological construct, trust is of particular value. That is the reason why social networks are valuable for trade unions and political organizations: they allow you to create a personal relationship with many people at once. Social media sites are the platform on which the user produced content comes through interaction and collaboration in a virtual space, changing the hierarchy and ideological communities. Interest in the use of electronic social technologies of the trade union movement is related to the fact that social media can apply to a large number of people simultaneously, and provide a platform that enables two-way communication. Trade unions, as a special principle of solidarity groups in the struggle for common economic interests, had several state formations and have always been associated with the system of government. The use of social technologies "tones" the ideology of the trade union movement, gives a new and practical solutions to implement the functions of the trade union movement.