

ТЕХНОЛОГИЯ КРАУДСОРСИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

Луценко Ю.В.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов» г. Санкт-Петербург, Россия
(192236, Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15), РОМСО «Санкт-Петербургский центр паркура»

Научная статья посвящена проблеме недостаточного использования технологии краудсорсинга в процессе разработки бренда территории. Разработчики территориальных брендов не уделяют внимание местным жителям, которые являются не только потребителями бренда, но и его носителями. Основная идея, внедряемая бренд-менеджерами, должна быть понятна и близка жителям, но при ее формулировании их мнение не учитывается. Использование краудсорсинга позволяет в короткие сроки узнать «правильность» разработанной идеи, протестировать ее и вовлечь жителей в реализацию проекта. Процесс вовлечение местных жителей очень сложен, но его можно упростить, используя опыт молодежных организаций и сообществ, которые ведут систематическую работу с горожанами, вовлекая их в свои ряды. Совмещая технологию краудсорсинга, опыт молодежных организаций и привлекая их самих к проекту разработки территориального бренда, можно создать сильный бренд.

THE CROWDSOURCING LIKE AN INSTRUMENT OF PLACE BRANDING

Lutsenko Y. V.

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, St-Petersburg, Russia
(192236, St-Petersburg, Fuchika Str., 15), RSYSO "Saint-Petersburg's parkour center"

In the research the author reflects the problem of lack of use of the crowdsourcing in place branding. Brand-managers don't pay attention to the citizens, who are the consumers of the brand and it's carriers. The main idea, which is made by the brand-manager, should be clear and close to the citizens, but it is formulated without regard of their opinion. Using the crowdsourcing technology allows to know the correctness of the creating idea; to test it and involve the citizens to the project's implementation. The process of the involving the citizens is very hard, but it can be simplified by using the experience of the youth organizations and communities, which are carrying out the systematic work with the citizens, involving them. For making a strong brand it should be combined the crowdsourcing technology, an experience of the youth organizations and the organizations and communities itself, which can be involved in the place branding's implementation.

МЕЖЭТНИЧЕСКИЕ И МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ. СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ

Лысенко И.С.

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнёва,
Красноярск, примени газеты Красноярский рабочий, 31, 660037 Россия; эл. адрес: liv7777@mail.ru

Автор анализирует такие базовые понятия межэтнических и межнациональных отношений, как этнос и нация в контексте двух философских методологий: метафизической и диалектической. В результате нашего исследования выявлено, что в межнациональных отношениях существенное значение приобретают нормы права и светская власть. В межэтнических отношениях важнейшую роль играют внеправовые нормы и институты гражданского общества. Согласно метафизической методологии в управлении межнациональными отношениями принижается значение внеправовых норм, а в межэтнических отношениях принижается значение норм права и, соответственно, роль институтов светской власти. В соответствии с диалектической методологией в межнациональных отношениях не ущемляются внеправовые нормы. В межэтнических отношениях реализация внеправовых норм не противоречит нормам права.

INTER-ETHNIC AND INTER- NATION RELATIONS. SOCIO -PHILOSOPHICAL ANALYSIS OF THE CONCEPTS

Lysenko I.S.

Siberian State Aerospace University academician M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk, Russian Federation
(660037 Krasnoyarsk, Krasnoyarsk pr. imeni newspaper office, 31), e-mail: liv7777@mail.ru

The author analyzes such basic concepts of inter-ethnic and inter-ethnic relations, as an ethnic group and nation in the context of two philosophical methodologies: the metaphysical and dialectical. As a result of our study revealed that in international relations is essential acquire the rule of law and the secular power. In the inter-ethnic relations were essential extra-legal norms and institutions of civil society. According to the metaphysical methodology in the management of ethnic relations belittled the value of extra-legal norms, and inter-ethnic relations belittled the value of the rule of law and, therefore, the role of institutions of a secular government. In accordance with the methodology of dialectical inter-ethnic relations are not infringed extralegal norms. In the implementation of inter-ethnic relations extralegal norms is not contrary to law.