

Отзыв

на автореферат **Рогач Ольги Владимировны**
«Социальный капитал развития туристической привлекательности
муниципальных образования России», представленный на соискание ученой
степени доктора социологических наук по специальности
5.4.7. Социология управления

Вопросы аккумуляции и развития социального капитала местных сообществ находятся сегодня в фокусе внимания как ученых, так и практиков в области управления. Актуальность процессов воспроизводства индивидуальных ресурсов в социальной сети, роста доверия и солидаризации представителей одной территории, включения местного населения в решение вопросов развития российских муниципальных образований не вызывает сегодня сомнений. Представляется интересным подход соискателя к определению сферы приложения социального капитала развития – туристическая привлекательность. Будучи сложным уже по своей природе феноменом, туристическая привлекательность территории требует слаженной работы всех заинтересованных субъектов, в том числе местного населения. Однако ранее в работах других ученых при изучении роли местного сообщества и подхода властных структур к развитию индустрии туризма в целом отмечается доминирование различных форм добровольчества (волонтерство, благотворительность, спонсорство и прочее со стороны местного населения). В этом контексте доказательная аргументация соискателя о необходимости выделения экономической доминанты для успешного функционирования социальных сетей местного сообщества является существенным шагом вперед для решения фундаментальной научной задачи: обеспечения социально-экономического процветания российских территорий.

Структура автореферата логична и последовательна, позволяет проследить степень достижения поставленных цели и задач диссертационной работы. Материал изложен связно и аргументировано, содержит данные, позволяющие говорить об обоснованности положений, выносимых на защиту. К основным результатам, содержащим элементы научной новизны можно отнести:

1) Уточнение категориального аппарата: «социальный капитал», «туристическая привлекательность муниципального образования»; введение в научный оборот термина «социальный капитал развития».

2) Дополнение положений теорий социального капитала, а именно теорий Дж. Коулмана и Р. Берта в части рассмотрения социального капитала через определяющий признак наличия социальной сети (структуры), где ресурсы / контакты рассматриваются в качестве внутреннего наполнения (содержание); теории социального капитала Ф. Фукуямы в части обоснования необходимости широкого радиуса доверия (а не только его уровня) для развития туристической привлекательности территории. В отличие от теорий Р. Патнэма и Дж. Коулмана, рассматривающих социальный капитал в русле общественного блага, обосновывается, что ключевую роль в выборе индивидом социальной сети играет ее ресурсность и размер ожидаемой личной выгоды.

3) Определение институциональных условий и предпосылок формирования социального капитала развития муниципальных образований. Впервые установлен базис формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципального образования: наличие ресурса инвестирования, наличие устойчивых структур, формально или неформально определяющих «правила игры» в ходе социальных взаимодействий, общность норм и ценностей для представителей одного сообщества.

4) Обоснован приоритет личного интереса представителей местного сообщества в выборе социальной сети, сводимый не только к идеям общественного блага. Установлено, что социальный капитал развития воспринимается индивидом как структура для инвестирования, осознанно им выбранная для получения доступа к общему активу и получения дивидендов от участия.

5) Впервые в социологической науке выделены признаки имитации участия местного сообщества в капитализации ресурсов социальной сети: активная пропаганда общественного блага без реальных практик его достижения; включение индивида в социальную сеть без затрат индивидуального ресурса; имитация поддержания общих ценностей социальной сети без их реального «внутреннего проживания»; нарушения правил ресурсными представителями социальной сети ввиду уверенности в своем высоком статусе; демонстрация доверия как способа расположить других членов социальной сети без соблюдения «правил игры».

6) Впервые обосновано, что использование социального капитала развития туристической привлекательности территории будет эффективным в

случае идентификации ядра социальной сети. На основании социологического исследования установлены риски доминирования потребительской позиции органов власти в отношении местного населения, эмпирически доказана атрибуция благотворительности как ролевого эталона участия населения в практиках развития туризма.

7) Обоснован вывод о том, что формирование социального капитала развития туристической привлекательности территории обусловлено внутренними источниками (мотив участия, наличие индивидуального ресурса, готовность инвестировать и тому подобное). Впервые обосновано, что малоресурсность участников социальной сети может быть восполнена властным ресурсом. Кроме того, органы власти могут стать заемщиком актива для участников социальной сети, что дает возможность властным структурам определять вектор конвертации социального капитала. Впервые обосновано, что использование социального капитала развития туристической привлекательности территории будет эффективным в случае идентификации ядра социальной сети.

8) На основе опроса Глав муниципальных образований Российской Федерации установлены риски доминирования потребительской позиции органов власти в отношении местного населения, эмпирически доказана атрибуция благотворительности как ролевого эталона участия населения в практиках развития туризма.

9) Впервые предложен алгоритм разработки стратегии формирования социального капитала развития туристической привлекательности. Обоснованы принципы разработки стратегии формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований. Доказывается преимущество использования инкрементального подхода к постановке стратегических целей использования социального капитала развития. Разработаны адаптированные под контекст развития туристической привлекательности территории технологии формирования социального капитала.

Особый научный интерес представляют выводы автора, раскрывающие значение социального капитала развития муниципалитетов, которое имплицитно: в создании новых каналов инвестирования актива населения для развития туризма на местах; в создании сетевых структур – конструктов аутентичных черт территорий. Соискателем рекомендовано рассматривать когнитивные потребности туриста (визуализация, обращение к эмоциональной сфере, семантика пространства и тому подобное) в качестве требований к капитализации индивидуальных ресурсов участников

социальной сети, что может быть отражено в формировании местным населением новых культурных образцов, которые, эксплуатируя образ территории, дают ей символическое наполнение; включении туриста в местную культуру и событийную повестку муниципального образования.

Имеются в диссертационной работе и дискуссионные моменты. В частности, требует уточнения установленная соискателем закономерность (в автореф. С. 13): «... при минимальном уровне инфраструктурной обеспеченности использование социального капитала позволяет привлекать и удовлетворять социокультурные запросы туристов; отсутствие инфраструктурного профиля территории не только затрудняет формирование социального капитала, но и делает невозможным его применение в практиках развития туризма». Какие эмпирические данные подтверждают наличие указанной закономерности?

Несмотря на наличие в диссертационной работе дискуссионных вопросов, исследование Рогач О.В. представляет собой законченную научную работу. Сделанные Рогач О.В. выводы и предложения обладают несомненной научной и практической значимостью, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,
ФГБОУ ВО «Технологический университет
имени дважды Героя Советского Союза,
летчика-космонавта А.А. Леонова»

«21» марта 2024 г.

 Татьяна Юрьевна Кирилина

141074, г. Королев, Московская область, ул. Гагарина, д. 42
Телефон: (916)909-59-00
Email: tykirilina@gmail.com

С
И
С

ЕТ
Л.
Г.



200
200

