**Российская академия народного хозяйства и государственной службы**

**при Президенте Российской Федерации**

**Школа актуальных гуманитарных исследований**

**Лаборатория теоретической фольклористики**

**Международная научная конференция**

**«Брендирование территорий: между маркетингом и фольклором»**

**Москва, 2‒3 декабря 2016 года**

Информационное письмо № 1

В конце 1990-х — начале 2000-х гг. на пике двух взаимосвязанных процессов (с одной стороны, изменения схемы финансирования регионов, с другой — моды на брендирование территорий) в России началось воспроизводство новых смыслов, текстов и практик, связывающих местность с определенными символами, товарами и услугами и помещающих город, село, деревню, регион в исторический, обрядовый, фольклорный и квазифольклорный контексты. Продвижение российских территорий с использованием локальных символов на внутреннем и внешнем рынках производится как местной администрацией, так и сообществами, не обладающими административным ресурсом. В результате за территорией закрепляются определенные символы. В некоторых случаях эти символы создаются с опорой на фольклорный текст (или при создании бренда используется фольклорный или осмысляющийся как фольклорный образ). Так появилась «кикимора вятская», «ульяновский колобок», «ярославская курочка Ряба», «Кощей тверской». При этом прецедентными зачастую оказываются не собственно фольклорные тексты, а медийные произведения (кино, мультфильмы, реклама), визуализирующие и актуализирующие для современной культуры образы традиционных сказок, эпоса и т. д.

Для обозначения процессов воспроизводства территориальных смыслов социологи, антропологи и фольклористы применяют понятие «брендирование», заимствованное из сферы маркетинга, где оно используется для идентификации определенного товара, для обозначения его потребительских свойств и образа в целом. В литературе брендирование территорий обсуждается довольно давно (обзор литературы см., например, в: *Brands and Branding Geographies / Ed. by A. Pike. Cheltenham; Northampton: Edward Elgar, 2011*), однако окончательное осмысление теоретического потенциала этого явления еще впереди: сейчас продолжается трансляция и репликация известных, порождение новых визуальных и вербальных текстов, поддерживающих регенерацию, обретение, изобретение и переизобретение памяти о местной истории и культуре.

В ходе конференции предполагается усилиями представителей различных областей знания теоретизировать понятие «территориальное брендирование», понять, какую роль в этом процессе играют институциональные и вернакулярные тексты и практики, используемые школами, музеями, СМИ и др. К участию приглашаются специалисты в области городской антропологии, социологии города, культурологии, фольклористики, PR-технологий, туризма.

Предполагается рассмотреть следующие проблемы:

* Манифестации «образа места»: вербальные, визуальные, концептуальные, предметные.
* Городская символика: официальные и вернакулярные интерпретации.
* Конструирование локального бренда: между краеведением, властью и бизнесом.
* Бренды «на сбыт» и «на потребление»: имидж города и городская идентичность.
* «Символы места» в сетевой культуре.
* Локальное брендирование и вторичная фольклоризация.
* Фольклорные образы и сюжеты в локальных репрезентациях.

Просим **до 15 сентября** заполнить анкету участника, размещенную по адресу: <http://goo.gl/forms/V4uWIvmdVl>

Оргкомитет примет решение о включении доклада в программу не позднее 30 сентября 2016 г. Оргкомитет рассматривает возможность возмещения расходов участников на проезд до/от Москвы и проживание в гостинице РАНХиГС.

Доклады участников конференции (в краткой форме) предполагается опубликовать в электронном виде до начала мероприятия. В связи с этим просим тезисы принятых докладов прислать в Оргкомитет к 15 октября 2015 г. (объем — до 1000 слов).

Рабочие языки конференции — русский и английский.

Всю актуальную информацию о конференции вы можете найти на сайте <http://www.shagi.ranepa.ru> и <http://www.ruthenia.ru/folklore>

Не стесняйтесь задавать вопросы координаторам конференции по адресу [shagifolk@gmail.com](mailto:shagifolk@gmail.com)

Координаторы конференции:

Никита Викторович Петров, к.филол.н.

Мария Вячеславовна Ахметова, к.филол.н.

Оргкомитет конференции:

Дмитрий Игоревич Антонов, к.ист.н.

Александра Сергеевна Архипова, к.филол.н.

Мария Вячеславовна Ахметова, к.филол.н.

Марина Иннокентьевна Байдуж, приглашенный исследователь ШАГИ РАНХиГС

Мария Дмитриевна Волкова, научный сотрудник ШАГИ РАНХиГС

Дмитрий Юрьевич Доронин, научный сотрудник ШАГИ РАНХиГС

Сергей Юрьевич Неклюдов, д.филол.н.

Дмитрий Сергеевич Николаев, к.филол.н.

Никита Викторович Петров, к.филол.н.

Дарья Александровна Радченко, к.культурологии

Ольга Борисовна Христофорова, д.филол.н.