

DOI: 10.18522/1997-2377-2025-145-6-140-142

УДК: 336

ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА «СЕВКАБЕЛЬ ПОРТ» КАК КУЛЬТУРНОГО КЛАСТЕРА В СФЕРЕ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

А. А. Белостоцкая, М. Бабаян

Представлены результаты эмпирического исследования, посвященного восприятию потребителями бренда «Севкабель Порт» как культурного кластера в сфере современного искусства. Исследование представляет собой качественный анализ. Данные были собраны с помощью метода полуструктурированных интервью и проанализированы. В результате выявлены особенности восприятия потребителями бренда «Севкабель Порт», в том числе и разрыв между культурным наполнением пространства и его восприятием, а также интерес аудитории к интерактивным и иммерсивным форматам и др.

Ключевые слова: современное искусство, «Севкабель Порт», полуструктурированное интервью, восприятие бренда

Литература

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: Учебник для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2023. 304 с.
2. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2023. 570 с.
3. Мурзина И.Я., Симбирцева Н.А. Город и искусство» в контексте образовательной урбанистики // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2024. № 4 (63).
4. Искусство как двигатель перемен: 10 трендов арт-рынка в 2024 году. – URL: <https://vc.ru/education/1717989-iskusstvo-kak-dvigatel-peremen-10-trendov-art-rynka-v-2024-godu>
5. Куда поехать за искусством. – URL: <https://www.onetwothree.com/ru/blog/travel-ideas/weekend-plan/kuda-poehat-za-iskusstvom-10-art-klasterov-rossii/>

**Санкт-Петербургский государственный экономический
университет, г. Санкт-Петербург, Россия**

01 октября 2025 г.
