

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию Савельевой Ксении Викторовны «Культурные индустрии: концепт и реальность», представленную на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 5.7.8 – философская антропология, философия культуры

Диссертация Ксении Викторовны Савельевой посвящена анализу культурных индустрий, которые роль которых растет в современной экономике мегаполиса. Тема является актуальной, поскольку затрагивает специфику культуры в условиях индустриального и постиндустриального общества. Анализируется ряд терминов, описывающих нетрадиционную ситуацию в культуре – «культурные индустрии», «креативная экономика», «креативные индустрии». Первая глава диссертации посвящена анализу концепта культурных индустрий, вторая часть – исследованию реальных практик творческой и деловой активности в городах Западной Европы и России. Такое сопоставление теории и практики является весьма продуктивным для того, чтобы показать инновационные способы стимуляции экономического развития – рост занятости в сфере культуры и значимости творческого компонента в современном маркетинге.

Заслугой автора является подробный анализ точек зрения вокруг концепта «культурные индустрии» - позиции Франкфуртской школы и английских теоретиков. Как показывается, истоком современной культуры мегаполисов является массовая культура, которая зарождается в условиях индустриального общества, а, затем перерастает в индустрию культуры в обществе постиндустриальном (с. 102). Понятно, что массовая культура предлагает на продажу ценности отдыха и развлечения. Указывается, что в немецком и английском подходах масскульт оценивается противоположным образом. Если Франкфуртская школа видит негативный характер массовой культуры во влиянии на личность – нивелирование, манипуляцию, превращение ее в «одномерного человека», то британские ученые переносят внимание на сферу бизнеса и оценивают ее позитивно,

как определенный товар или растущую сферу услуг, позволяющую увеличить количество рабочих мест и формируют у личности самоуверенность, самоуважение, самопризнание. Можно, конечно, попасть под очарование данных теорий, но обращает на себя внимание их спекулятивный характер, а, порой и однобокий характер. Автор диссертации отмечает, что в самом понятии «индустрия» уже заложено то, что культура воспринимается не более, чем товар, имеющий непосредственное отношение к экономике (с. 45), а потому результатом культуриндустрии, как и в любом бизнесе капиталистического общества, является получение прибавочной стоимости (с. 57). Когда Дэвид Тросби предполагает, что культурные товары и услуги порождают два различных типа стоимости: экономическую и культурную (с. 60), тогда происходит редукция духовных ценностей к материальным благам. Поэтому конкуренция в области культуры может и предполагает поиск новизны (с. 73), но при таком концептуальном подходе эта новизна сводится к маркетинговой идее. И не более того. Верно замечено, что также отмечает автор, что сфера культурного производства становится междисциплинарным полем, которое связывает культуру, маркетинг, бизнес-стратегии, PR и социальную политику (Д. Хезмондалш). Однако остается не совсем понятным в данном концепте цикл производства и потребления, поскольку «индустрии культуры» сводятся к перечню разнородных феноменов (с. 34), а поскольку отсутствует логическое основание систематизации, то такая же каша царит в структурных схемах (с. 59, 61), где спутаны виды искусства, произведения, институты, и услуги. Стоит обратить внимание на структуру, виды и носители культуриндустрии: а) институты – клубы, культурные центры, музеи, шоу-румы, музыкальные площадки и пр. и процессы; 2) массовое искусство, пропаганда, реклама, игровой бизнес; 3) средства массовой коммуникации – массовая печать, радио, кино, телевидение, звукозапись и техническое оснащение музыкальных концертов, интернет ... все это вовлечено в цикл

купли-продажи. Следствие построения концепта западными учеными за счет смещения всего со всем – это превращение «культуриндустрии» в некий субъект, который творит и в структуре которого одним из важных элементов являются творческие работники (Дэвид Хезмондалш «Производство медиа развлечений»). Эта идеализация структурной концепции приводит к возникновению ряда необоснованных терминов, подхваченных западными, да и нашими философами, выглядящими как нонсенс – «креативная экономика», «креативная индустрия», «креативная технология».

Автор диссертации с честью выходит из односторонности подобного концепта, когда во второй части диссертации обращается к практике. Параграф 2.3 показывает, что субъектом развития культурных индустрий, которые всегда есть средство для создания продаваемого продукта – произведений масскульта, рекламы, дизайна, ради получения прибыли корпорациями (что упущено) является творческий работник. Разумеется, человек остается «очагом смысла» (М. Мерло-Понти) и только человеку свойственно целеполагание, а, значит, проектирование. Реальная практика, которая прекрасно обобщена на примере мегаполисов Запада (Германии, Испании) и России. Благодаря творческим усилиям людей генерируется примерно 3% мирового ВВП и обеспечивается работой около 1% экономически активного населения планеты (с. 103).

Весьма положительным является богатый материал культурных индустрий России, городов Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, который позволяет уточнить исходный концепт и сформулировать особенности креатива в экономике. Арт-практики, которые рассматриваются в работе, изучаются под новым углом зрения, что является оригинальным аспектом работы.

Можно указать частное замечание и высказать пожелание. На наш взгляд на с.72 приводится некорректный пример «импрессионизма» как культуриндустрии – противоречие между ценностью произведения,

новизной и коммерческой выгодой, связанной с доступностью и понятностью публике. Надо учитывать, что в конце XIX века рынок только складывается, существенную роль технические носители приобретают только в XX веке – средства массовой коммуникации. Иначе говоря, это не индустрия. Это не просто символический обмен, а получение прибыли в условиях рынка, о чем, собственно, и пишется в диссертации. Если и можно говорить о предмете исследования, то это массовая печать – фельетон, который продавался как вкладыш в газету ради увеличения тиража. Тут преуспели, конечно, Александр Дюма и Оноре де Бальзак. И зарождение комикса – «желтой прессы», персонажа «Желтый малыш» (1893). Не следует забывать основной посыл диссертации – индустрия культуры, которая возникает на основе массовой культуры: массовой печати, радио, звукозаписи, кино, телевидения, и т.д. На будущее можно подумать: все ли аспекты арт-практики втягиваются в цикл культуриндустрии мегаполиса? Вопрос связан с ролью интернета, который позволяет фиксировать и распространять любую акцию, событие, или произведение за пределы данной локации (музея, клуба, площадки и пр.). Дело не только в том, что работает платформа NFT (с.148), нельзя пока ничего с уверенностью сказать о ценности или симулякре «цифрового искусства». Разве, что оттолкнуться от тезиса Маршала Макклюза «средство само есть содержание». Возможно, не любой феномен авангарда может быть вовлечен в цикл купли-продажи (например, лэнд-арт точно выпадает из этой серии). Большинство кинофильмов – убыточно. И далеко не все в арт-практиках креативно, нечто просто дегенеративно... Но это на будущее. В целом замечание является частным и не умаляет достоинства диссертации.

Тема и содержание диссертации соответствуют научной специальности 5.7.8 – философская антропология, философия культуры, в том числе следующим пунктам паспорта специальности: 38. «Проблемы культуры в различных философских направлениях»; 41. «Школы в исследовании культуры»; 46. «Тенденции динамики культуры», 64. «Культура и

искусство»; 74. «Исследование конкретных культурных феноменов в контексте общих закономерностей существования культуры»; 75. «Культура цифрового общества».

С учетом вышеизложенного считаю, что диссертация «Культурные индустрии: концепт и реальность» соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней в ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата философских наук, а ее автор Савельева Ксения Викторовна заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата философских наук по специальности 5.7.8 – философская антропология, философия культуры (философские науки).

Официальный оппонент
доктор философских наук, профессор

Пигулевский Виктор Олегович

Ректор частного учреждения высшего образования «Южно-Российский гуманитарный институт»



Подпись	<u>г.ф.и., проф. Пигулевского В. О.</u>
Заверяю	<u>Талдыкина</u>
Инспектор ОК	Талдыкина Т.Е.

20.11.2023 г.

Название организации: частное учреждение высшего образования «Южно-Российский гуманитарный институт»

Адрес: Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, ул. Красноармейская, д. 108

Сайт: <http://urgi.info/>

Телефон: 88632673437

Электронная почта: lymirskaya@yandex.ru