

ОТЗЫВ
официального оппонента
на диссертацию Александра Анатольевича Ушкарева
**Аудитория искусства:
культурный феномен в социальных измерениях,**
представленную к защите на соискание
ученой степени доктора культурологии по
специальности 24.00.01 – теория и история культуры

Диссертационное исследование, направленное на решение стратегически важной задачи изменения непростой ситуации, в которой находится сегодня академическое искусство, уступающее лидирующие позиции шоу бизнесу – более чем актуально. Приоритет упрощенной поп-продукции, имеющей утилитарно-развлекательные цели и в буквальном смысле поглощающей время и сознание молодежи, которая, увы, не становится посетителем филармонических, театральных или музейных пространств, требует изучения причин этого явления, понимание которых должно стать фундаментом новой стратегии в противостоянии художественных ценностей антихудожественным. Помимо очевидной актуальности, такое исследование обладает высокой этической и мировоззренческой значимостью, что принципиально важно для отечественной гуманитарной науки.

Осуществление столь глобальной аналитической разработки, проблемный ракурс которой сформулирован в теме диссертации, предопределил междисциплинарный подход к ее изучению. Он охватывает широкий спектр наук: культурологию, социологию, философию, эстетику, искусствознание, психологию, менеджмент, статистику, что позволило автору подняться над корпусом отдельных фактов, характеризующих поведение аудитории художественных событий и выйти на уровень «постижения массовых закономерностей эволюции культурных потребностей, а также поведения людей и социума по отношению к художественной культуре» (с.5 диссертации).

Подобный синтез разных дисциплинарных подходов к рассмотрению явления и опора на совокупность методов, сложившихся в разных областях

научного знания, стали основой, обеспечившей высокую степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации. Доминирование в этом сложном конгломерате исследовательских подходов прикладной социологии определено объектом и предметом исследования, принадлежащих сферам культуры и социума. Одним из достоинств исследования является адаптация методов иных наук к аппарату культурологических изысканий, обогащающих традиционный научный арсенал. Но главную основу достоверности выводов диссертации составляет обширнейшая эмпирическая база данных, представленная в двадцатипятилетнем историческом срезе и в сопоставлении сравнительных показателей, что позволяет панорамно оценить динамику культурной жизни в смене тенденций, характеризующих изменение отношения людей к искусству. 56 тысяч анкет театральных зрителей, а также посетителей филармонических концертов и музейных событий в разных городах России – свидетельство высокой репрезентативности как выборки, так и всей совокупности приведенных данных и полученных результатов.

Впечатляет приведенный в разделе Приложения перечень материалов осуществленных социологических опросов. Нельзя не поставить акцент на том, что аналитические таблицы Приложения представляют особую ценность работы. Помимо того, что данные эти определяют доказательную базу исследования, они перспективны в плане трансформации работы практиков концертно-театрального маркетинга, как на основе представленной в диссертации информации по характеристике факторов досуговых предпочтений взрослого населения РФ (1981-2012 гг.), типов досугового поведения, измерения различных аудиторий и пр., так и в плане представленного автором метода исследования публики, без знания специфики которой никакое театральное-концертное учреждение не будет успешным. Мощная привязка научного и практического в рецензируемом исследовании видится и в образовательном ключе. Так на продюсерском факультете Ростовской консерватории методика анализа, представленная в диссертации,

уже начала внедряться в раздел базового курса Мастерство продюсера - Методы социологических исследований концертно-театральной публики.

Личный вклад соискателя в разработку научной проблемы демонстрируют прежде всего те положения работы, в которых заключается ее научная новизна. Здесь следует особо выделить анализ динамики культурных потребностей общества и тех социальных функций искусства, которые реально востребованы в обществе; авторскую разработку типологии досугового поведения, которая позволяет увидеть ее смыслы и лежащие в ее основе субъективные социально-психологические мотивы; выделенные автором поведенческие особенности аудиторий различных видов искусства, оригинальную авторскую методiku, в основе которой лежит операционализация понятия П. Бурдьё «культурный капитал», дающая возможность его измерения и использования в эмпирических исследованиях. Особый научный интерес представляют наблюдения над личностным параметром в характеристике аудиторий, выступающие доказательством того, что источником и движущим фактором культурной активности является «уникальное сочетание социально-психологических особенностей личности, культурного капитала как накапливаемого интеллектуально-культурного ресурса и индивидуальной мотивации» (с. 22 дисс.).

Качеством новизны обладают и такие аспекты исследования как построение математических моделей культурной активности, позволяющие установить связь типов потребительской мотивации с интенсивностью культурного потребления, а также определить факторы стимуляции частоты контактов зрителей с высоким искусством, способствующие увеличению посещаемости культурных институций. Убедительна источниковедческая база исследования, включающая 392 позиции, из которых 66 на иностранных языках.

Как всякое глубокое исследование, работа провоцирует научную дискуссию. Для защиты предложу несколько вопросов.

1. Вы справедливо пишете, что «...успех и жизнеспособность произведений искусства, их рыночные перспективы определяются не столько их художественно-эстетическими достоинствами, сколько целенаправленно формируемым массовым спросом, который диктует художникам и распространителям художественных благ условия и правила игры, определяя, в конечном итоге, тенденции художественной жизни» (с. 5 диссертации). С моей точки зрения формированием массового спроса озадачен шоу-бизнес, успешно продвигающий свою продукцию, обеспечивая и рыночный спрос на нее, и прибыли. На основе Вашего опыта по изучению работы учреждений, представляющих публике подлинные произведения искусства, можно ли утверждать, что представители академической сферы тоже озабочены этим и, благодаря предпринимаемым мерам по привлечению зрителя/слушателя, реально влияют на тенденции художественной жизни?

2. В позиции новизны (пункт 3, с. 21 дисс.) включена мысль о том, что далеко не всех людей можно причислить к аудитории искусства, даже потенциальной. Мысль эта не представляется новой настолько, что вызывает сомнение в необходимости ее аргументации на основе эмпирического материала, но, возможно, есть нюанс, который раскроет скрытую в предложенной формулировке новизну данного тезиса, хотелось бы уточнить.

3. В пункте 9 Положений выносимых на защиту (с. 20 дисс.) сказано: «Способность понимать и воспринимать символическое содержание искусства – накапливаемый ресурс личности». С этим трудно не согласиться. Далее сказано, что подтверждение тому – эмпирически установленный автором исследования факт, что ресурс этот «...в значительной мере связан не только с уровнем образования и возрастом, но и с наличием культурных традиций в родительской семье респондента, с возрастом приобщения и стажем общения человека с искусством». Но данный факт, был предметом иных, более ранних социологических исследований. Например, в книге «Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств» на с. 97 авторы – Филип Котлер и Джоанн Шеф описывают аналогичное по цели исследование,

проведенное в 1985 году в Кливленде. Цель его – выяснить, воздействуют ли референтные группы (прежде всего семья, как наиболее влиятельная из первичных референтных групп) или обучение искусствам в раннем детстве на потребительскую активность реципиентов в сфере концертно-театральных услуг. Наверняка это не единственный опыт подобного рода. Поскольку положение это вынесено на защиту, то интересно, какой аспект здесь требует защиты, или речь идет о пополнении базы данных.

4. На странице 228 высказано спорное на мой взгляд утверждение о том, что «театр, в отличие от академической музыки, как искусство живое и не вечное, постоянно меняющееся, живет настоящим ... Классические же концерты, “продолжают жить музейной традицией”». Однако сегодня есть множественный опыт концертных и театральных организаций, которые отошли от этого стереотипа, их маркетинговые отделы работают над тематическим программированием концертов, над способами расширения своего продукта, использованием интерактивных форм и современных технических средств. То есть они стремятся реагировать на социально-культурные запросы времени. Думается, что есть немало театров, достаточно консервативных в не позитивном смысле этого слова. Не думаете ли Вы, что здесь на первом месте оказывается человеческий фактор?

5. На с. 244 сказано, что огромную роль в зарождении массового спроса играют различные рейтинги, билборды, и другие инструменты. Насколько мне известно, в рекламе академических событий использование билбордов – щитовой рекламы больших размеров (3 x 6) – весьма редкое явление в силу дороговизны, использование одной поверхности бесполезно в плане частоты контактов, а закупка большого числа, как правило, не по карману концертным организациям. Может речь идет о настенных панно?

Возвращаясь к оценке содержания диссертации, нельзя не подчеркнуть мысль о ее высоком научном качестве, о том, что представленное к защите исследование обладает научной новизной, глубиной проникновения в суть заявленной проблематики, логической завершенностью. Текст автореферата и

публикации по теме диссертационного исследования (18 из 46 авторских работ опубликованы в рецензируемых журналах из перечня ВАК) полностью отражают содержание работы.

Все сказанное позволяет сделать вывод, что диссертация «Аудитория искусства: культурный феномен в социальных измерениях» является целостной научно-квалификационной работой и полностью соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям в п.п. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденном Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 №842 «О порядке присуждения ученых степеней», а ее автор – Ушкарев Александр Анатольевич заслуживает присуждения искомой ученой степени доктора культурологии по специальности 24.00.01 – теория и история культуры.

22 февраля 2019 года

Официальный оппонент – доктор культурологии,
профессор, проректор по научной работе Ростовской
государственной консерватории им. С.В. Рахманинова,
зав. кафедрой Продюсерства исполнительских искусств
Александра Владимировна Крылова

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Ростовская государственная
консерватория им. С.В. Рахманинова»

344002, г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, д.23

Телефон-факс: 8 (863) 262-35-84

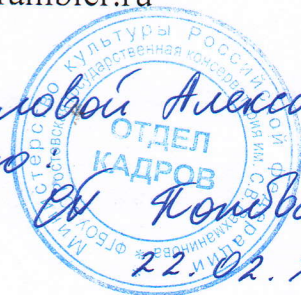
Электронный адрес (e-mail):

Веб-сайт: rostcons@aaanet.ru

Личный электронный адрес: a.v.krilova@rambler.ru

Личный телефон: 89286004945

*Подпись профессора Крыловой Александры
Владимировны заверено
специалист ОК*



*Ев. Яковлева с.и.
22.02.2019 г.*