

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертационную работу  
Борисенко Анастасии Михайловны на тему «Региональная  
специфика социокультурного пространства Красноярского края»,  
представленную в диссертационном совете Д 999.029.02 на соискание  
ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 –  
Теория и история культуры (культурология)**

Актуальность темы исследования обусловлена рядом обстоятельств, в числе которых:

— мировые социокультурные тенденции, сочетающие интернационализацию и рост спроса на уникальность, самобытность и аутентичность;

— практика создания региональных брендов, направленных на системное «продвижение» социокультурных пространств (к примеру, брендинг Архангельской области);

— повышение внимания к малым сообществам (например, исследования неформальных экономических и социокультурных практик, спонсируемые фондом «Хамовники»<sup>1</sup>);

— интерес многих отечественных и зарубежных исследователей к взаимосвязи культуры и экономики, к тенденциям развития и практике функционирования «культурных индустрий»;

— нехватка эмпирических исследований потребления и рецепции культурных продуктов<sup>2</sup>.

**Общая характеристика диссертации.** Работа А.М. Борисенко выполнена на 234 листах, включает введение, две главы по два параграфа в каждой, заключение, библиографический список (285 источников, из них 210 русско- и 75 англоязычных). Структура отвечает целям, задачам и

<sup>1</sup> См. : <http://khamovniki.ru/projects/>

<sup>2</sup> См., напр.: Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнareвой; под науч. ред. А. Михалевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — С. 69.

методологии работы. Вместе с тем, параграф 2.2. значительно превосходит по размеру иные параграфы, что обусловлено сложностью и масштабностью проведенного эмпирического исследования.

Во введении автор обосновывает актуальность темы, подробно характеризует степень ее научной разработанности, определяет объект, предмет, цель, задачи и гипотезу исследования, обосновывает научную новизну, теоретико-методологические основания, достоверность и обоснованность выводов, теоретическую и практическую значимость диссертации, формулирует основные положения, выносимые на защиту, а также приводит данные об апробации работы.

Первая глава диссертации посвящена аналитическому обзору теоретических и концептуальных оснований механизмов формирования социокультурного пространства.

В первом параграфе первой главы (*«Теоретические и методологические подходы к изучению социокультурного пространства»*) мысль автора движется от понятия пространства как такового к понятиям социального и культурного пространств, а затем к интегративной категории социокультурного пространства. Последняя выражает диалектическое единство социального и культурного начал и позволяет описывать реалии в их многоаспектности и противоречивости, а также множестве взаимосвязей, создающих особое многомерное пространство.

По результатам этимологического обзора диссертант справедливо обращает внимание, что пространство как таковое понимается и как нечто ограниченное, и как безграничная протяженность, которая разрастается в движении (с. 30). Также автор верно указывает, что если одни мыслители уподобляют социокультурное пространство физико-географическому, то другие ведут речь скорее о совокупности действующих лиц, которые территориально могут быть весьма далеки друг от друга, однако действуют как сеть различного рода взаимодействий (с. 33).

Во втором параграфе первой главы предложен вариант структуры социокультурного пространства. Диссертант предлагает авторскую трехмерную схему (с. 80). В качестве первого измерения выступают технологический, экономический, политический, социальный,

художественно-культурный, религиозный и философский аспекты. Вторым измерением являются общественные идеология и психология в их взаимосвязи. И, наконец, в качестве третьего измерения, объединяющего первые два, выступают, по мысли автора, культурные теории и культурные практики (Там же).

Вторая глава посвящена исследованию актуальных социокультурных процессов, происходящих на территории Красноярского края и его административно-политического центра – города Красноярска. На этом материале раскрывается специфика арт-маркетинга как одной из актуальных социокультурных практик, включающих в себя многоуровневую структуру потребления культурных продуктов. Выводы автора основаны на кропотливой обработке большого объема эмпирического материала, полученного в ходе прикладного междисциплинарного исследования.

В первом параграфе второй главы выявляются актуальные подходы, направления и методы для изучения функционирования культурных феноменов в условиях постиндустриального общества. Основными социокультурными процессами современности автор считает массовизацию культуры, децентрализацию культурной политики, а также преобразование культурных ценностей и произведений искусства в товар (культурный продукт, бренд).

Сопоставляя различные теоретико-методологические подходы, представленные в современных отечественных и зарубежных источниках, автор пришел к выводу, что задачам его исследования наиболее соответствует модель «циркуляции культурного продукта». Эта модель включает пять взаимосвязанных элементов: производство, потребление, регуляция, репрезентация и идентичность. Применение данной модели к анализу арт-маркетинга позволило выделить ключевые элементы функционирования последнего: методы и источники производства и продвижения культурных продуктов, приемы их репрезентации, способы и характер потребления, связь с уникальностью территории и региональной идентичностью, а также пути распространения этих продуктов.

Ход и результаты исследования отражены во втором параграфе второй главы («*Арт-маркетинг в Красноярском крае как репрезентант актуальных социокультурных практик*»). Диссертант провел глубинное и экспертное

интервьюирование широкого круга респондентов, куда вошли как производители (художники и дизайнеры), так и распространители (коммерческие художественные сети) и потребители культурной продукции (коллекционеры, покупатели) города Красноярска и Красноярского края.

В конце этапа сбора данных и транскрибирования интервью был получен большой объем текстовой информации для аналитической интерпретации. Для его оценки был выбран метод анализа тематических сетей, позволяющий провести качественное исследование основных структур текстового массива.

Дополнительно был проведен интернет-опрос потенциальных покупателей произведений искусства старше 18 лет, имеющих разный уровень дохода. Также важную часть исследования составил аналитический обзор вторичных данных по теме. Вторичная информация представлена преимущественно интернет-ресурсами – тематическими сайтами, относящимся к культуре и искусству.

Качественное исследование при помощи метода анализа тематических сетей, было проведено в несколько этапов. Первый этап подразумевал кодирование текстового материала и сокращение данных. Были выделены фрагменты ответов респондентов, которые наиболее полно и конкретно демонстрировали их отношение к обсуждаемым проблемам. Особое внимание было уделено некоторым высказываниям респондентов, в которых читались повторяющиеся и важные смыслы и реакции на тот или иной вопрос. Кодирование осуществлялось с использованием компьютерной программы MAXQDA 12.

65 кодов были присвоены 473 отрывкам, высказываниям и цитатам всего текстового массива интервью. Как правило, определенный код относился к фрагментам или цитатам, отражающим его смысл. Далее все 65 кодов были переформированы в 23 кластера. При этом все текстовые сегменты были перечитаны. Далее для каждого из кластеров для уточнения обсуждаемых вопросов были отмечены основные обсуждаемые проблемы, объединяющие коды в группы. Затем из 65 кодов и 23 кластеров были выделены 23 базовые темы. Последние были организованы в 11 «организующих тем», на основе которых были выведены 5 глобальных тем, которые суммировали основные положения организующих и базовых тем.

Пять глобальных тем были рассмотрены как пять тематических сетей: «Производство и распространение культурных продуктов», «Специфика российского арт-рынка», «Репрезентация и организация арт-менеджмента культуры и искусства», «Потребление продуктов культуры и искусства» и «Актуальные практики для развития регионального арт-рынка». Каждая из тематических сетей была исследована поочередно, начиная с описания глобальной темы, затем через организующие темы к базовым, после чего было проведено обобщение полученных результатов.

Исследование позволило выявить ряд факторов, отнюдь не очевидных для стороннего наблюдателя. В числе последних можно назвать, в частности, устойчивый спрос на продукцию красноярских художников со стороны китайских заказчиков, интересующихся, главным образом, классической пейзажной живописью (с. 149-150).

По результатам исследования диссертант сформулировал предложения по улучшению ситуации. Автор рекомендует проводить более активную просветительскую деятельность среди местного населения, целенаправленно воспитывать потенциальных потребителей «духовной пищи», сделать упор на разработку и реализацию программ подготовки по арт-менеджменту и управлению культурной и художественной сферами на уровне краевых вузов, активнее использовать технологии арт-брендинга для репрезентации художественной жизни города Красноярска и для повышения её разнообразия, а также создавать привлекательный образ города и Красноярского края в глазах не только местных жителей, но и туристов, инвесторов, квалифицированных специалистов в области арт-маркетинга.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования, содержатся обобщающие выводы по каждой главе, а также намечаются перспективы дальнейшей работы.

Говоря о положительных сторонах диссертации, важно отдельно отметить ясный и доступный язык изложения. Особой похвалы заслуживают продуманные переходы между структурными блоками текста. Работа в полной мере отвечает требованию внутреннего единства. Перед читателем предстает не компиляция ряда отрывков, а целостное произведение, связанное логичным движением мысли.

**Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.** Высокая обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций обусловлена серьезной эмпирической базой и правильно подобранной теоретико-методологической основой исследования. Кроме того, обоснованность результатов исследования была проверена в ходе апробации.

**Достоверность и новизна исследования, полученных результатов, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.** Достоверность работы обеспечивается опорой на факты социокультурной практики, анализом и сопоставлением широкого круга источников, а также применением сложной методологии эмпирического исследования, включающего: глубинные интервью, обработку данных путем выстраивания тематических сетей, а также иные методы, в полной мере отвечающие задачам диссертационной работы.

**Новизна исследования** проявляется в:

- уточнении понятия «социокультурное пространство» путем встраивания его в диалектический ряд взаимосвязанных понятий пространства как такового, а также социального и культурного пространств;
- авторской структурной схеме элементов социокультурного пространства как сложной системы, элементы которой отражают культурную специфику конкретной социальной организации;
- анализе феномена арт-рынка как актуальной социокультурной практики с учетом таких актуальных процессов, как массовизация культуры, децентрализация культурной политики, а также преобразования культурных ценностей и произведений искусства в товар;
- изучении ситуации арт-рынка современного сибирского города на основе модели «циркуляции культуры» путем проведения глубинного и экспертного интервью с производителями, посредниками и потребителями культурных продуктов, а также анализа полученного материала способом тематических сетей с использованием дополнительных источников.

**Значимость полученных автором результатов для науки и практики.** Результаты и выводы исследования могут использоваться в деятельности профессиональных художников и их общественных объединений, галеристов, коллекционеров, искусствоведов, социологов культуры и иных исследователей, в работе органов государственной власти и местного самоуправления, научных и образовательных учреждений, некоммерческих организаций, а также в преподавании культурологии, искусствоведения, социологии культуры и иных дисциплин. Методология, примененная при проведении эмпирического исследования, может быть плодотворно использована для изучения арт-рынка иных городов и регионов.

Изучение работы А.М. Борисенко позволяет сформулировать также и **замечания**, касающиеся **спорных, дискуссионных моментов**:

1. Автор справедливо обращает внимание на тесную взаимосвязь социального и культурного пространства, глубокую обусловленность первого вторым. Вместе с тем, по мнению диссертанта, перед нами «два сложных и взаимосвязанных феномена» (с. 76). На наш взгляд, данная формулировка весьма несовершенна. Слово «феномен» некорректно уже потому, что пространство (как прекрасно понимает и сам автор) не есть предмет, данный в чувственном созерцании. По сути же «социальное» и «культурное» являются скорее двумя различными ракурсами, под которыми часто рассматриваются одни и те же явления. Социокультурное же пространство предполагает оптику, позволяющую увидеть системные взаимосвязи этих ракурсов.

2. Р. Уильямс предложил периодизацию, выделяющую три эры в развитии культурного производства: эра покровителей и ремесленников, рыночно-профессиональная и корпоративно-профессиональная эры<sup>3</sup>. Осмысление материала, собранного диссертантом, заставляет сделать вывод, что красноярское арт-сообщество пребывает ментально в первом из этих периодов (окончание которого Р. Уильямс датирует началом XIX в.). В этом отношении работу обогатили бы сценарии возможного развития

<sup>3</sup> См. : Хезмондалш Д. Указ. соч. С. 78-79.

регионального арт-рынка, с выходом на корпоративных и международных заказчиков. Впрочем, эта тема может быть плодотворно развита в ходе дальнейших исследований.

3. В работе неоднократно и вполне обоснованно поднимается тема арт-менеджера как связующего звена между творцами и потребителями. При этом арт-менеджер воспринимается респондентами как некий мифологический персонаж, приходящий из ниоткуда и либо выводящий художника на неведомый доселе уровень, либо же наживающийся на таланте мастера. Вместе с тем, закономерен вопрос: каким образом, откуда, из какой среды может появиться такой субъект? Вполне логично мнение А. Исаенкова: «Художник, когда начинает заниматься продажами сам, становится торговцем, потому что ему одновременно приходится заниматься творчеством и включать логику, пытаться продавать. Это очень неудобно» (с. 170). До определенного уровня художник может продвигать свои работы самостоятельно, но дальше требуется помощь профессионалов. Могут ли такие профессионалы выйти из сферы самих художников? Есть опасение, что художник, «продвигающий» другого художника, вряд ли станет успешным в этом занятии. Если он будет подсознательно сравнивать себя со своими протезе, это вряд ли пойдёт на пользу делу.

4. Автор работы делает акцент на продвижении местных художников в местной же среде (с. 211). При этом упускается из вида общеизвестное правило: «Нет пророка в своем отечестве». Местное искусство, к сожалению, часто воспринимается как что-то малоинтересное, а иногда и вовсе второсортное. Потребители больше ценят привозную экзотику. В этой связи, не отрицая значимость воспитания вкусов красноярской публики, целесообразно задуматься о системном продвижении бренда «красноярская живопись» как на федеральном, так и на мировом уровне. На наш взгляд, это может принести больше пользы как самим художникам, так и региону в целом. А лучшей рекламой для красноярских



художников станет правильно освещаемый международный спрос на их произведения.

5. Диссертант указывает, что иногда художники оформляют свои отношения с заказчиками путем заключения договоров, «с предоставлением официальных бумаг» (с. 195). На практике договоры содержат самые разные условия, направленные как на защиту, так и на ущемление прав художников. Утверждение, что нормативная база в этой сфере отсутствует, не вполне соответствует действительности. Укажем лишь на некоторые нормы закона, знание которых было бы полезно как художникам, так и галеристам.

При отчуждении автором оригинала произведения живописи, скульптуры и т. п. исключительное право на произведение сохраняется за автором, если договором не предусмотрено иное (п. 1 ст. 1291 ГК РФ). Эта норма направлена на защиту прав художников и может создать неудобства для покупателей, если в договоре не будет положений, касающихся перехода исключительного права<sup>4</sup>.

Условия договора, ограничивающие право гражданина создавать результаты интеллектуальной деятельности определенного рода либо отчуждать исключительное право на такие результаты другим лицам, ничтожны (ч. 4 ст. 1233 ГК РФ).

В случае отчуждения автором оригинала произведения изобразительного искусства при каждой перепродаже соответствующего оригинала, в которой в качестве посредника, покупателя или продавца участвует юридическое лицо или индивидуальный предприниматель (в частности, аукционный дом, галерея изобразительного искусства, художественный салон, магазин), автор имеет право на получение от продавца вознаграждения в виде процентных отчислений от цены перепродажи (право следования) (ч. 1 ст. 1293 ГК РФ). Размер вознаграждения, выплачиваемого автору при публичной перепродаже

---

<sup>4</sup> Вместе с тем, даже в отсутствие последнего приобретателя имеют ряд прав, в том числе демонстрировать оригинал произведения и воспроизводить его в каталогах выставок (п. 2 ст. 1291 ГК РФ).

оригиналов произведений изобразительного искусства, не может быть ниже ставок, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 19 апреля 2008 г. N 285. Указанное право не может отчуждаться, однако переходит к наследникам автора в пределах срока действия исключительного права на произведение.

Кроме того, автор произведения изобразительного искусства вправе требовать от собственника оригинала произведения предоставления возможности осуществлять право на воспроизведение своего произведения (право доступа). (ч. 1 ст. 1292 ГК РФ).

При этом проблематика авторских прав вызывает жаркие дискуссии как в нашей стране, так и за ее пределами. Распространена и точка зрения, согласно которой главными выгодоприобретателями современных законодательств об интеллектуальной собственности являются отнюдь не авторы и не общество в целом, а корпорации-правообладатели<sup>5</sup>.

6. В работе затрагивается тема артефактов культуры. По мнению автора, к числу таковых относятся «не только плоды духовной и умственной деятельности человека, но и их материальное воплощение в предметах быта, орудиях труда, изобретениях, картинах, книгах, архитектуре и т.п.» (с. 4-5). В этой связи было бы целесообразно обратиться к концепции М. Вартофского, в рамках которой выделяются первичные, вторичные и третичные артефакты. Под первыми понимаются материальные и идеальные артефакты (предметы или явления, а также наши представления о них). Под вторыми – представления о моделях действия с первыми. И, наконец, под третьими, поле свободной игры». М. Коул добавляет сюда также и когнитивные артефакты. Которые устанавливают механизмы обработки информации.

С.В. Лурье выделяет шесть типов артефактов:

- 1) материальные;
- 2) идеальные;
- 3) когнитивные, представляющие собой репрезентацию или схему объекта в сознании и подсознании человека;

<sup>5</sup> См., напр. : Хезмондалш Д. Указ. соч. С. 213 ; Вербицкий М.С. Антикопирайт // <http://www.imperium.lenin.ru/LENIN/32/C/>

- 4) модели действия с артефактами, в том числе сценарии — scripts;
- 5) цели или ценности;
- 6) интенциональные миры (по Р. Шведеру)<sup>6</sup>.

Столь сложные многоуровневые схемы являются, пожалуй, избыточными для задач данной диссертации, однако они могут быть полезными для дальнейших исследований, с учетом сложной и многоаспектной сущности произведений искусства.

7. Категорическое утверждение «Современные культурные исследования основываются на принципе мультикультурализма» (с. 12) не учитывает, во-первых, огромного разнообразия исследований, а во-вторых, неопределенности самого мультикультурализма как парадигмы, принципа или доктрины.

8. По мнению автора, «мягкая сила» культурной политики действует вместо открытой «грубой» силы принуждения. Однако, по мнению Дж.С. Ная-мл., являющегося основоположником концепта «soft power», «Сила никогда не бывает только жесткой или только мягкой, она двуедина»<sup>7</sup>.

Сформулированные выше замечания носят дискуссионный характер и не умаляют научной и практической ценности работы.

**Оценка содержания работы, ее завершенности.** Изучение диссертации А.М. Борисенко, автореферата данной диссертации и опубликованных автором научных работ позволяет сделать следующие выводы:

- тема диссертации актуальна для теории и практики;
- научные положения, выносимые на защиту, обоснованы, достоверны и обладают научной новизной;
- диссертация имеет завершенный, логичный характер, отличается внутренним единством;
- результаты исследования имеют теоретическую и практическую значимость;

<sup>6</sup> Лурье С.В. Культура как поле человеческого действия (Опыт построения психокультурологической теории) // <http://svlourie.ru/culture-as-field-of-action-psychocultural-theory>

<sup>7</sup> See: Nye, J.S. Soft Power. The Means to Success in World Politics. NY: Public Affairs, 2004. P. xiii.

- диссертация соответствует научной специальности 24.00.01 («теория и история культуры») и отвечает требованиям Высшей аттестационной комиссии;
- автореферат отражает основное содержание диссертации;
- основные выводы исследования с достаточной полнотой изложены в научных публикациях соискателя (всего десять, из них четыре в рецензируемых научных изданиях, рекомендуемых Высшей аттестационной комиссией).

Таким образом, диссертация А.М. Борисенко представляет собой научно-квалификационную работу, которая соответствует пункту 9 Положения «О порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842. Следовательно, ее автор — А.М. Борисенко — заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры.

ООО Юридическое агентство  
«Антикризисный центр»,  
кандидат философских  
наук, директор

 Подьяпольский Сергей Александрович

05 09 2018 г.

Почтовый адрес: 660075, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Маерчака, д. 8, стр. 9, оф. 107. Тел.: 8 (391) 297 40 31, 297-40-83, 8-902-965-94-32

E-mail: [anticrisis24@gmail.com](mailto:anticrisis24@gmail.com) , [spodyapolsky@yandex.ru](mailto:spodyapolsky@yandex.ru) .

Подпись Подьяпольского Сергея Александровича заверяю.

Ведущий юрисконсульт  
ООО Юридическое агентство  
«Антикризисный центр»



Милованцев Павел Сергеевич