

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационное исследование Татьяны Анатольевны ЛАДЫГИНОЙ на тему «Музейные практики как инструмент формирования бренда малого уральского города», представленное на соискание ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры

Актуальность избранной темы. Актуальность темы представленной диссертации связана с общим интересом к изучению малых феноменов, который наметился в культурологии последних двух десятилетий. Мысль о том, что не только глобальные историко-культурные процессы, стратегически важные явления, геополитические проблемы могут стать предметом не просто интереса, но строгого научного исследования кажется сегодня слишком очевидной и банальной, и, тем не менее, в исторических масштабах она вполне оригинальна. В пространстве музеологической мысли (и здесь, преуведомляя возможные вопросы о соответствии темы специальности, отмечу, что проблема музея как элемента культурного пространства города относится именно к проблематике теории культуры и музеологии как ее раздела) внимание к локальным музейным формам, малым музеям, музеям малых городов можно назвать научным актуальным мэйнстримом.

Исследователи музейных стратегий и практик отмечают, что реальное музейное развитие обычно опережает теорию, которая не поспевает за стремительными виражами «вызовов-ответов» музейного мира. Музейные институты небольших промышленных городов еще до появления специального научного интереса стали искать пути выхода из кризиса постиндустриального мира, и сегодня у автора, помимо собственной базы исследования (Красноуфимский краеведческий музей), есть и иные вдохновительные примеры развития музейного пространства средних и малых городов – Елабуга, Тотьма, Мышкин.

Наконец, сама проблема брендинга территорий сегодня без преувеличения находится на пике научного интереса. Философы, социологи, архитекторы, урбанисты обсуждают новые тренды формирования среды, стремящиеся к новому уровню классической триады «польза-прочность-красота». Несомненно, музей входит в перечень тех ресурсов, на основе которых и выстраивается эта новая городская среда, формирующая идентичность, а значит он должен быть изучен в системе исследований по брендингу территорий.

Перечисленных обстоятельств достаточно, чтобы констатировать, что тема диссертации является актуальной и имеющей значение для развития музеологии (как части теории культуры) и музейных практик.

Степень обоснованности научных положений, выводов и заключений, сформулированных в диссертации.

Начинает автор, как водится, «от печки». Степень изученности проблемы открывается Платоном и Аристотелем, а изучение бренда как феномена культуры - протобрендом как маркировки, появившейся еще в культуре первобытного общества. Понятно, что истоки изучаемых феноменов заслуживают самого пристального внимания, однако углубление автора в толщу

веков представляется чрезмерным, тем более что это углубление носит характер тезисной констатации, что в диссертации как строго-научном жанре работы, предназначенной специалистам (ведь это рукопись), кажется излишним. Вполне можно было оттолкнуться от мысли, что современное бренди-рование «превратилось в инструмент маркетинга – целенаправленный и экономически выгодный процесс, оправдывающий затраты на него». Приведенный веер дефиниций понятия «бренд», приведенный далее, позволяет констатировать, что бренд формирует коллективные образы идентичности (согласно И.В. Малыгиной), а значит может (и должен) быть изучен культурологией.

Надо сказать, автор явно демонстрирует приверженность отечественной школе изучения культуры. Цитируя актуальных зарубежных авторов (например, Ч.Лендри¹), в качестве методологической основы Татьяна Анатольевна выбирает концепцию изучения города М.С. Кагана, и стоит согласиться, что это выбор, обеспечивающий работу необходимой стройностью и логикой. Материальная, духовная, художественная составляющие культуры дальше дополняются радиальной моделью культуры и образуют контекст для изучения места и роли музея в пространстве города. Автор полагает, что радиальная структура территориального бренда вполне сопоставима с концептом М.С. Кагана целостного динамического образа города, состоящего из четырех подсистем: природно- географической, статусно-производственной, пространственно-пластической и художественной.

После обстоятельного анализа проблемы брендинга города автор переходит к проблеме малых городов (в России их более 700) и, в частности, к городу Красноуфимску (Свердловская область), который с численностью населения 37 735 человек занимает 92 строчку списка малых городов России.

Стоит согласиться с автором, что малый город обладает спецификой в определении параметров идентичности – главная «идея» города обычно очевидна, местное сообщество и его потребности превалируют над внешними коммуникациями, музеи становятся «точкой сборки» общей идеи и потребностей местного комьюнити, местом организации жизни окружающей общины.

Во второй главе Татьяна Анатольевна переходит к изучению инструментов формирования бренда города в соответствии с тем понимаем «бренда малого города», который был обозначен выше. Этим инструментом автор называет музейные практики, которые определяет как «совокупность форм и методов работы музея с различными целевыми аудиториями по актуализации

¹ Правда, и забывая многих. Перечень литературы на иностранных языках в диссертации носит совсем формальный характер, а, между тем, на английском языке существует целый корпус работ, посвященный изучению пространства современного города. Например, для рецензируемой работы пригодились бы идеи Ричарда Флориды, касающиеся «умного города», в котором именно институты (то есть и музеи в том числе) вносят ключевой вклад в обеспечение благоприятной среды для деятельности креативных сообществ, которые, в свою очередь, формируют экосистему, способствующую целостному развитию и экономическому процветанию города (Florida R. Who's Your City?: How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life. 2008; Florida R. Cities and the Creative Class. 2005; Florida R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. 2002).

культурного наследия и созданию нового объективированного культурного продукта – комплекса услуг и товаров, предлагаемых потребителю на постоянной основе или в рамках ежегодных музейных проектов». Представляется, что указания форм было бы вполне достаточно², так как они уже диктуют и задачи, и, соответственно, выбираемые методы (технологии) работы.

Грамотный выбор форм позволяет реализовать миссию краеведческого музея малого города, которая «состоит в производстве смыслов, позволяющих идентифицировать образ места». В такой формулировке музей дрейфует в сторону культурных индустрий (ведь именно они, по мысли Д.Хэмондалша, производят смыслы), и, возможно, этой проблеме тоже стоило уделить внимание.

Практическая значимость, конкретные рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации.

Отметим, что автор – практик, и, если в первых двух главах иногда чувствуется некоторая «зажатость», желание сослаться на авторитеты (в чрезвычайно комплиментарных формулировках – «уважаемый ученый» М.С. Каган и т.д.), то третья глава демонстрирует, что предлагаемая теория базируется на значительном опыте практической деятельности, и в вопросах практики автор чувствует себя более чем уверенно. При этом связь с предшествующей теорией не теряется – каждый пример подтверждает тезисы первой и второй главы. Описание опыта поиска уникальной идеи брендинга (ярмарочного и палеонтологического наследия Красноуфимска) и определение идеи земских традиций как центральной идеи музея, претендующего на роль культурного центра города, позволяет автору соединить историю, теорию и практику.

Под земскими традициями автор понимает «такую форму жизнеустройства локальной провинциальной территории, где общественное самоуправление не просто красивая идея, а реальный инструмент социальных и материальных преобразований городской среды, открывающих возможности самореализации горожан в ее благоустройстве через живое участие в процессе обсуждения и воплощения мер городского развития». Наряду с историческими предпосылками (их автор тоже избыточно подробно описывает в главе), в выборе ключевой идеи прослеживается и общий интерес к пространству повседневной культуры – важной черты в развитии современного музейного мира, наращивающего формы представления не только художественной культуры, но и пространства обыденного. В итоге, в работе представляется историко-мемориальная модель геобрендинга, основанная на понимании структуры городского бренда, поиска «уникальной» истории.

Ценность результатов, полученных автором, для соответствующей отрасли науки. Оценка содержания диссертации и ее завершенности.

² Здесь стоило бы вооружиться концепцией Л.М. Шляхтиной о пяти направлениях деятельности музея (информирование, обучение, развитие творчества, общение, отдых) и многообразии форм. Отметим в скобках, что одной пятистраничной работы практически современного классика музеологии в диссертации явно недостаточно (Шляхтина, Л.М. Социальные практики современного музея: границы доступности / Л.М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2014. – No2(10). – С.10-15), особенно учитывая, что в качестве ведущей организации выбран СПбГИК, кафедре музеологии и культурного наследия в котором Л.М. Шляхтина отдала многие годы.

Итак, переходя к финальной оценке работы, отметим, что ценность результатов работы связана, в первую очередь, с системным изучением феномена музея малого города в совокупности его реальных практик, стратегических векторов деятельности и теоретических оснований развития как части городской культурной среды и общего бренда города. В этом смысле работу можно оценить как вполне завершённую и содержащую результаты, имеющие значение для культурологии и музейного дела.

Отметим также, что сосредоточенность на изучении музея Красноуфимска не должна вводить в заблуждение – теоретический компонент может быть полезен как методологическая база при разработке концепций музея малого города, а достаточно подробное описание реальных музейных практик – своеобразным путеводителем с возможностью применения актуальных для конкретного музея форм.

Замечания являются необходимым элементом научной дискуссии и не снижают общую положительную оценку выполненной работы.

Первое замечание связано с перегруженностью части работы в описании реальных практик. Значение и методическая оснащённость представленных практик под сомнение не ставится, но описание проводимых программ, да ещё и с материалами приложения (анкеты, фото) походит на отчет о внедрении результатов дипломного проекта. Практический опыт автора очевиден и, возможно, стоило развить некоторые положения теории, а примеры «рассыпать» по главам, демонстрируя правомерность того или иного тезиса.

Это тем более важно, что примеры музейных практик других музеев появляются в первой и второй главах и как раз иллюстрируют теоретические положения. Например, рассуждая о значении бренда как способе объединения горожан, Татьяна Анатольевна приводит пример «Пермского культурного проекта» (2008-2013 гг.), который «продемонстрировал насколько важно такое условие формирования привлекательного образа места как принятие бренда населением. Суперпрофессиональная команда столичных экспертов (М. Гельман, А. Лебедев и др.) может предложить интересные идеи и новые PR-технологии, местное экспертное сообщество от культуры его поддержит, городская власть найдет средства для реализации, но в итоге – жители не примут этих новаций, обнулив перспективы развития «Пермского культурного проекта». Во-первых, после этого, по мысли автора, неудачного примера, вполне можно было бы привести удачный пример из собственного опыта работы. Во-вторых, партиципация сегодня делает нормой культуру участия зрителя в создании и продвижении музейных практик, что, однако, не предполагает полного следования декларируемым запросам понятой в широком смысле аудитории, представляющей активную часть горожан, но не всегда отражающую точку зрения всех горожан. Причины неудачи (и неудачи ли?) пермского проекта стоит, вероятно, искать в более сложных переплетениях идей авторов, реакции местного сообщества и властей.

Есть также ряд совсем формальных стилистических замечаний, которые, при определенном ракурсе, могут быть обращены и в достоинства. Так, как представляется, автора иногда подводит стиль – строгое научное изложение соревнуется с эмоционально окрашенным публицистическим стилем. Уже в первых строках диссертации автор делает отповедь москвичам и

петербуржцам, живущим в городах, которые «по воле истории превратились в национальные символы» и жизнь в которых «имеет явные преимущества», а музеи «не только давно избавились от безразмерных пыльных бахил, но и шагнули в безбрежный океан виртуального мира». При этом пафос автора вполне понятен, как и желание определить новые векторы развития малого города постиндустриальной эпохи, речь идет скорее о форме, а не о содержании.

В целом, замечания носят частный характер и диссертационное исследование Татьяны Анатольевны Ладыгиной «Музейные практики как инструмент формирования бренда малого уральского города» является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи разработки платформы изучения музейных практик как важного элемента культурного пространства малого города, имеющей значение для развития культурологии. Диссертация соответствует паспорту специальности 24.00.01 – Теория и история культуры, требованиям пп. 9–11, 14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24.09.2013 (в ред. постановлений Правительства Российской Федерации № 723 от 30.07.2014, № 335 от 21.04.2016, № 748 от 02.08.2016, № 650 от 29.05.2017, № 1024 от 28.08.2017, № 1168 от 01.10.2018; с изм., внесенными Решением Верховного Суда Российской Федерации от 21.04.2014 № АКПИ14-115), а её автор Татьяна Анатольевна Ладыгина заслуживает присуждения ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры.

Официальный оппонент:

доктор культурологии, профессор
директор института художественного образования
профессор кафедры искусствоведения и педагогики искусства
ФГБОУ ВО «Российский государственный
педагогический университет им. А.И. Герцена»

Ольга Сергеевна Сапанжа

Подпись руки О.С. Сапанжа заверяю

И. о. проректора
по научной работе

29 октября 2021 года

Сведения об оппоненте: доктор культурологии по специальности 24.00.01 – теория и история культуры; кандидат культурологии по специальности 24.00.03 – музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов; доцент по кафедре художественного образования и музейной педагогики; профессор по специальности 24.00.01 – теория и история культуры, директор института художественного образования, профессор кафедры искусствоведения и педагогики искусства ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена»

Адрес: 191186, Санкт-Петербург, набережная реки Мойки, 48, тел.: (812) 571-60-88
e-mail: recpot@herzen.spb.ru, web-сайт: <http://www.herzen.spb.ru>