

ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА

на дисертаційне дослідження Олійник Оксани Миколаївни
«Місто як культурно-комунікаційний простір»,
подане на здобуття наукового ступеня кандидата культурології
за спеціальністю 26.00.01- теорія та історія культури

Намагання осмислити місто як феномен, що найбільш яскраво демонструє сутність сучасних соціокультурних трансформацій, в просторі якого відбувається екзистенціальна взаємодія буття людини та міської культури в її різних виявах – все це характеризує пошуки багатьох наукових напрямів сучасної гуманітаристики. Безперечно актуальність дана проблематика являє для культурології, зокрема української, в межах якої особливої значущості набувають питання подальшої концептуалізації важливих для сучасного культурологічного дискурсу понять, формування методологічного інструментарію, необхідного для дослідження феноменів культури урбаністичного типу, а також вкрай важливим є розробка нових перспективних дослідницьких напрямів, одним серед яких може стати «культурологічна урбаністика».

З окреслених позицій представлене дослідження Оксани Миколаївни Олійник «Місто як культурно-комунікаційний простір», дослідницька парадигма якого спрямована на розкриття міських феноменів на основі антропоорієнтованого комунікативного підходу є, безперечно, актуальним. Крім того, як справедливо вказує авторка, міський простір, його складові та феномени стають об'єктами дослідницької рефлексії представників різних галузей наукового знання – філософів, соціологів, архітекторів, урбаністів, дизайнерів, психологів, етнографів, істориків, політологів тощо (с. 21), в межах яких накопичено значний науково-практичний потенціал. Відтак, представлене дослідження виявляється продуктивним також для сучасної теоретичної культурології – з метою подальшого розширення її проблемного поля, та практичної – напрацювання якої реалізуються сьогодні в багатьох проектах Міністерства культури та інформаційної політики України («PLAN Z – лабораторія трансформації. Малі міста України»), грантових програмах

Українського культурного фонду («Культурні столиці України»), роботі міжнародних форумів з сучасної урбаністики тощо.

Сформульований у вступі роботи науковий апарат, а саме *об'єкт* – місто як соціокультурний феномен, *предмет* – культурно-комунікаційні феномени міського простору цілком логічно врівноважені *метою* дослідження, яка полягає у з'ясуванні особливостей інтегративних феноменів, які концептуалізують уявлення про місто як культурно-комунікаційний простір (с. 17). Все це дозволило п. О. М. Олійник визначити концепційну логіку дослідження, конкретизовану в поставлених дослідницьких завданнях.

Серед ключових напрямів дослідницького пошуку авторки відзначимо ті, що спрямовані на розв'язання теоретико-методологічних проблем роботи, а саме:

з'ясування основних підходів до осмислення співвідношення понять «культура», «простір», «місто», «інтеракція»;

обґрунтування методологічних засад вивчення міських феноменів;

уточнення змісту понять «міська культура», «містянин», «міська мода» у контексті розуміння міста як культурно-комунікаційного простору;

аналіз ідентичності міста та самовизначення містянина як взаємозалежних феноменів.

Значущими та логічно вписаними в архітектоніку дисертаційного дослідження виглядають сформульовані дослідницею завдання, що розкривають актуальні практичні аспекти функціонування сучасного міста, а саме – обґрунтування актуальності гостинності та брендингу у формуванні культурно-комунікаційної привабливості сучасного міста на прикладі міст України; аналіз основних ідентифікаційних проблем українських міст; виявлення напрямів культурної політики у контексті загальнодержавної ідентифікації та інтеграції українських міст та регіонів (с. 17-18).

Для розв'язання поставлених дослідницьких завдань авторка спирається на ґрунтовну теоретико-методологічну базу, яка логічно

акумулює як загальнонаукову (методи аналізу, синтезу, узагальнення тощо), так і конкретно-наукову методологію, методи якої інтегровані з різних соціогуманітарних знань – філософії, соціології, історії, культурології, комунікативістики та ін.. Ключовими методологічними підходами для дослідження міста як культурно-комунікаційного простору п. Олійник О. М. обирає: антропологічний, комунікативний, цивілізаційний, структуралістський, семіотичний, аксіологічний та культурно-історичний (с. 18), сукупність яких дозволяє всебічно розглянути досліджуваний феномен.

На основі зазначених теоретичних засад авторкою сформульована наукова новизна дослідження, що конкретизована у положеннях, які цілком аргументовано характеризуються позицією «вперше». Серед них відзначимо наступні:

- здійснено культурологічний аналіз феномену міста з використанням методологічного інструментарію антропоорієнтованого комунікаційного підходу;

- запропоновано визначення комунікації у місті крізь призму поняття «інтеракція»;

- сформульовано визначення міста як культурно-комунікаційного простору (с. 19).

Актуалізація зазначених позицій наукової новизни дослідження обумовила залучення п. Олійник О. М. широкої теоретичної бази, яка складається з 289 найменувань, з яких 22 – іноземні джерела, акумулює праці зарубіжних та вітчизняних вчених з різних галузей наукових знань. Їх глибокий аналіз став вагомим підґрунтям у здійсненні культурологічної концептуалізації важливих для дослідження понять («міська культура», «міська мода», «простір міста», «містянин», «інтеракція» та ін.), розробки культурологічного методологічного інструментарію дослідження міста як особливого – комунікативного простору культури, середовища, створеного людиною для реалізації власних потреб та інтересів, а також для вироблення

рекомедацій із соціокультурного моделювання та пріоритетних питань сучасної культурної політики.

Вказані дослідницькі парадигми стають визначальними в архітектоніці дисертаційного дослідження Олійник Оксани Миколаївни. Загальна логіка викладення матеріалу, спосіб його концептуалізації, запропонований авторкою, продумана та виважена структура роботи засвідчують її теоретичну значущість для сучасної культурологічної науки.

Перш за все, це виявляється у продуктивних спробах дослідниці в *першому розділі* «Теоретико-методологічне підґрунтя дослідження» виокремити ключові методологічні підходи, що стають важливим інструментарієм культурологічного дослідження міста в межах загальногуманітарної наукової методології. Серед них історичний підхід відзначено як такий, що не просто «звернений у минуле», а допомагає прогнозувати майбутнє. З огляду на це, він є найбільш цінним для вивчення соціокультурних феноменів, до яких належить і місто (с. 46). Цілком справедливо, як один з провідних, у дослідженні відзначено семіотичний підхід, за допомогою якого стає можливим відтворення структурно-семіотичної моделі міського простору (с. 48), адже за Ю. Лотманом, в системі символів, що вироблені історією культури, місто займає особливе місце. Відтак, проблема осмислення міського простору як знакової системи на основі семіотичного підходу відкриває для авторки широкі можливості для подальшого моделювання взаємодій різних культурних феноменів та їх смислового «прочитання». Не менш значущими, на нашу думку, є виокремлені п. Олійник О. М. інтегральний підхід (с. 50), соціокультурний, що межує з комунікативним підходом (с. 54), а також цивілізаційний підхід (с. 57), які в сукупності віддзеркалюють сформований методологічний інструментарій дослідження міського простору.

Здійснений аналіз наявних наукових підходів дозволив п. Олійник О. М. дійти закономірного висновку щодо продуктивності використання антропоорієнтованого комунікативного підходу для

дослідження культурних феноменів, зокрема міста (с. 62). Оксана Миколаївна аргументовано зазначає, що «такий підхід уможлиблює найбільш цілісне їх розуміння відповідно до парадигми системності, яка розглядає всі суспільні явища і процеси як ланки єдиної метасоціокультурної системи, а ще ширше – як частини світової цивілізації» (с. 62).

Зауважимо, що представлена інтерпретація запропонованого антропоорієнтованого комунікативного підходу, є в певній мірі, дискусійною, адже, на нашу думку, не розкриває сутність саме його антропологічної складової. Проте, як справедливо підкреслює авторка, суб'єкт-антропологічний чинник є важливим у формуванні будь-якого культурного простору (с. 101). Втім, вважаємо, що за умов термінологічного уточнення даний підхід може бути застосованим в якості культурологічного методологічного інструментарію в дослідженні як міста, так і багатьох інших культурних феноменів.

Дослідницький пафос *другого розділу* «Міський простір у координатах комунікації і культури» дисертаційного дослідження Оксани Миколаївни розкривається у площині визначення сутності ключових концептів роботи, серед яких – «комунікація у місті», інтерпретованого крізь призму поняття «інтеракція», «міста як культурно-комунікаційного простору», а також уточнення змісту феноменів урбаністичного типу культури, а саме – «міська культура», «містянин», «міська мода», «міська ідентичність». Відзначимо, що сформульовані дослідницькі завдання, визначили й найважливіші положення наукової новизни роботи. Для їх обґрунтування цілком слушним виглядає звернення авторки до наукових концепцій сучасних вітчизняних та зарубіжних вчених – філософів, соціологів, мистецтвознавців, культурологів та ін.. Це дозволило п. Олійник О. М. поступово, шляхом ретельного аналізу залучених у дослідження праць, здійснити концептуалізацію представлених понять.

Відтак, поняття «комунікація у місті» інтерпретовано дослідницею як «складна система, в якій постійно взаємодіють три основні елементи:

містяни; їх інтерактивна діяльність із формування міського простору; структури, які сприяють інтеракції містян: шляхи сполучення, будівлі, мова, культурні пам'ятки, ЗМК, інституції, традиції і под. (с. 80).

Заслуговує на увагу надане у дослідженні визначення поняття «сучасне місто», що набуло осмислення як «своєрідний атрактор, який притягує різні системи, звичні поняття та феномени реальності, комбінуючи їх у нові, почасти, незвичні форми, утворюючи глибоко структуровану мегасистему, в якій представлені інші культурні системи, втілені у звичних формах, що представляють, власне, культуру, релігію, науку, освіту, комунікацію тощо (с. 80).

Значущою, з позицій уgruntування поняттєво-термінологічного апарату дослідження, є здійснена експлікація його ключового поняття – «культурно-комунікаційний простір міста», що набуває змістового наповнення в роботі як «частина реальної дійсності, простір взаємодії індивідів у межах певного середовища, яке сформувалося у результаті їх спільної інтеракції та постійно підтримується за рахунок спілкування. Це складний динамічний багатофункціональний часово-просторовий континуум, основною структурою і системоформуючою складовою якого є перетворююча діяльність людей на ментальному та духовному рівнях» (с. 95). На нашу думку, представлене визначення вирізняється всеохоплюючою характеристикою досліджуваного феномена, при цьому, що його характеристики неодноразово уточнюються авторкою в тексті роботи у контексті розкриття сутності інших культурних феноменів.

Спираючись на розуміння міста як культурної системи, що представлена у динамічній єдності всіх її складових, та найважливіше, як культурно-комунікаційного простору – в роботі здійснено уточнення поняття «міська культура» (с. 92), а також ряду феноменів, що постають виявом міської культури, серед яких: «міська (вулична) мода» (с. 92), «мова спілкування» (с. 94), «самоідентифікація людини» (с. 110) тощо, сукупність яких формує особистість містянина та наділяє його тими рисами, які

формують ціннісно-сенсову архітектоніку міста, його матеріалу на духовну культуру.

З позицій концепційної логіки представленого дисертаційного дослідження важливим представляється його *третій розділ* – «Практично-орієнтовані культурно-комунікаційні стратегії: досвід та перспективи України», в межах якого обґрунтовано роль гостинності та брендингу у формуванні культурно-комунікаційної привабливості іміджу сучасного міста, проаналізовано практичні культурно-комунікаційні стратегії та досвід міст України, а також сформовано рекомендації із соціокультурного моделювання та основних пріоритетів культурної політики.

В контексті аналізу феноменів міської гостинності, бренду міста як новітніх форм презентації культурно-комунікаційного простору сучасного міста, безперечно, слухним видається звернення п. Олійник О. М. до концепцій провідних українських вчених – О. Кравченка, О. Мусієздова, І. Петрової, Р. Ладиженської, О. Соскіна та ін.. Справедливо, що особлива увага приділена працям М. Чернець, які є найбільш дотичними до досліджуваної проблематики, до положень яких слушно апелює дослідниця (с. 122, 124, 127, 135). У цілому, авторка досягає переконливого висновку про те, що бренд міста є найкращою рекламою та формуванням позитивного іміджу країни на міжнародному рівні, популяризацією української культури, сприяє брендингу країни, залученню туристів та інвесторів (с. 140).

Слід відзначити, що позитивне враження викликає той ракурс осмислення проблем, який обрала п. Олійник О. М в даному розділі роботи. Так, аналізуючи складні питання брендингу українських міст, жодне з яких, як зазначає авторка, не відповідає критеріям простору, який може стати брендом у світовому чи хоча б європейському масштабі (с. 138), соціокультурної ідентичності як ядра культури, розвитку сучасних урбанізаційних процесів в Україні та ін., авторка не тільки спирається на ґрунтовну доказову базу, а й апелює до актуальних соціокультурних проблем

та кризових явищ українського соціуму, піднімаючи їх до загальнодержавного рівня.

Саме тому підрозділ 3.3. «Культурна політика у контексті загальнодержавної інтеграції українських міст та регіонів» постає не тільки практично значущим за своїм змістом, а й світоглядно-зорієнтованим на вироблення стратегії державної культурної політики, спрямованої на розвиток культурно-комунікаційного потенціалу сучасного українського міста. І попри визначені в роботі пріоритети сучасної культурної політики (с. 162), серед яких мають бути: своєчасне реформування та стратегічна визначеність на основі інтеграції національних здобутків та модернізаційного досвіду провідних країн тощо, все ж базовим її принципом, як слушно зазначає п. Олійник О. М, має стати спрямованість на потреби громадян, а відтак – людиноцентрованість. Тим самим в роботі ще раз доводиться обґрунтованість та правомірність здійснення культурологічного аналізу феномену міста на основі антропоорієнтованого комунікативного підходу.

У загальних висновках, що відповідають поставленим завданням, викладено основні результати дисертаційного дослідження.

Попри те, що в цілому робота п. Олійник О. М. складається з термінологічного виваженого наукового тексту, що сприяє його змістовній насиченості, слід зупинитися на деяких дискусійних моментах дисертації та висловити побажання.

1. Виходячи з того, що в перших позиціях наукової новизни йдеться про використання як методологічного інструментарію антропоорієнтованого комунікативного підходу (с. 19), що є вагомою складовою представленої авторської концепції роботи, доцільним було надати його остаточне визначення та розкриття сутності як у висновках до розділу 1, так і у загальних висновках дисертаційного дослідження.

2. У сформульованих у вступі дослідження завданнях та положеннях наукової новизни передбачено уточнення змісту понять, серед

яких зазначено й поняття «містянин». Однак, у тексті роботи це поняття не набуло визначення.

3. Аналізуючи сформовані в сучасній гуманітаристиці підходи до дослідження міста та міських феноменів, в роботі акцентовано увагу, переважно, на загальнонаукових (історичний, цивілізаційний, соціокультурний та ін.) підходах. Бажано було б виокремити в контексті розгляду вказаних феноменів вже усталені в культурологічній науці підходи, серед яких – герменевтичний, феноменологічний, синергетичний.

4. Концептуалізація феномену міста як культурно-комунікаційного простору, базовою характеристикою якого визначена комунікація, потребувало звернення авторки до аналізу багатьох наукових теорій комунікації. Втім, в дослідженні не представлена одна з ключових – теорія масових комунікацій відомого канадського філософа та культуролога Герберта Маршалла Маклюєна. Як в цілому теорія мислителя, так і його концепція «всесвітнього або глобального селища», відповідно до якої місто як центр творення цивілізації набуває виразних ознак села, могла стати основою для плідних рефлексій в контексті досліджуваної проблематики.

У цілому, висловленні зауваження та побажання не знижують позитивного враження від дисертації Олійник Оксани Миколаївни, яка виконана на належному науковому рівні, засвідчує глибину та ґрунтовність опрацювання дисертанткою поставлених завдань, аргументованість позицій наукової новизни.

Наведена в дисертації апробація результатів здобувача свідчить, що всі винесені положення та висновки одержані авторкою самостійно. Основні результати дисертаційного дослідження висвітлено у 12 одноосібних публікаціях, 4 з яких опубліковано у фахових виданнях, затверджених МОН України, 2 – у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз. Зміст автореферату повністю відображає концепцію та ідеї дисертаційного дослідження.

Все це дає підстави вважати, що дисертація Олійник Оксани Миколаївни «Місто як культурно-комунікаційний простір» відповідає вимогам МОН України (наказ № 40 від 12.01.2017 р.), що висуваються до кандидатських дисертацій, п. 9, 11 та п. 13 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 23 липня 2020 р. № 607) та паспорту обраної спеціальності, а її авторка заслуговує на присвоєнні наукового ступеня кандидата культурології за спеціальністю 26.00.01 - теорія та історія культури.

Офіційний опонент:

доктор культурології, професор,
професор кафедри культурології
та інформаційних комунікацій НАКККІМ



НАЦІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ПІДПИС ЗАСВІДЧУЮ

О. В. Овчарук

НАЧАЛЬНИК ВІДДІЛУ КАДРІВ ТА
ДОКУМЕНТОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Олександр Сиченко

Відгук отримано 16.11.2020
Вчений секретар Інституту А. М. Фігули