

ОТЗЫВ

официального оппонента

о диссертации на соискание ученой степени

кандидата культурологии

Михайловой Екатерины Михайловны

на тему: «Трансформация образа идеального дома в британских

журналах XIX – первой половины XX века»

по специальности 24.00.01 – «теория и история культуры»

В центре представленного Михайловой Е.М. научного исследования находится пространство английского дома как часть пространства повседневности, которое включает в себя дом (его внутреннее пространство), организацию дома (интерьер и обстановку) и культуру ведения хозяйства в целом. Как и язык, пространство дома – его организация и структура – выступает семиотическим знаком, за которым стоят социальные, исторические, культурные, экономические и др. процессы, происходящие в обществе, а также ценности и традиции народа.

АКТУАЛЬНОСТЬ исследования не вызывает сомнения, ибо, являясь сферой более интимной и часто скрытой от посторонних глаз, пространство дома, тем не менее, выполняет функцию не менее значимую, чем любая другая сфера жизнедеятельности человека – она дорисовывает образ британца, отражает его мир в более широком историческом и культурном контексте, что значительно обогащает наши представления о британской культуре в целом.

Исследование проводится в исторической перспективе (с середины XIX до середины XX века) и на стыке истории, культурологии, лингвистики, социологии, что делается впервые и обуславливает его НОВИЗНУ. Новым является обращение к журналам изучаемого периода, которые ранее не исследовались, выявление их роли в распространении, а позже – в обучении

и в навязывании моды англичанину в оформлении и обустройстве внутреннего и внешнего пространства дома.

Действительно, обращение автора научного исследования к XIX веку как начальному этапу в изучении массовой культуры и дизайна как ее неотъемлемой части, а также роли массовой культуры в формировании вкусов среднего англичанина – вполне оправданно, ведь именно в этот период проходят реформы, которые дают возможность средним классам получать образование, покупать и читать газеты и журналы (ранее из-за дороговизны они были доступны только для представителей высших классов). Именно в 1855 году отменяется налог на прессу, она становится более доступной для среднего англичанина. XIX век – век расцвета аристократизма – сменяется XX веком. Две войны в первой половине века уносят большую часть аристократии и меняют в обществе отношение к средним классам. Последние становятся основным ориентиром для продавцов и дизайнеров. Две войны внесли существенные коррективы в обустройство внутреннего пространства дома, хотя следует отметить, что тот эталон, тот ИДЕАЛ, к которому стремились и к которому всегда так ревностно относились представители средних классов, сохранился. Кстати, отсюда и названия отдельных журналов, отражающие это стремление к идеалу. Несмотря на определенную трансформацию, которой он подвергся с античных времен, идеал красоты, затрагивающий не только красоту человека, но и окружающей его обстановки, продолжал зиждиться на трех принципах Фомы Аквинского – integrity, proportion and clarity (целостность, пропорция и ясность, четкость), о которых пишет в своей книге «История Красоты» семиотик Умберто Эко. Интересно, что это подтверждает и И.П. Фарман, которого цитирует Михайлова Е.М. на с.16 текста диссертации. Этот идеал сохраняется и по сей день и четко прослеживается как в произведениях художественной литературы XIX века – в описаниях домашней обстановки представителей высших и средних классов, которые мы находим в романах Джейн Остен, Элизабет Гаскелл, Чарльза Диккенса,

М. Теккерея, и пьесах Оскара Уайльда и Бернарда Шоу и многих других, так и в современной художественной литературе XXI века, в частности, в произведениях Фэллоуиз и др.

Изучение пространства дома имеет ТЕОРЕТИЧЕСКУЮ И ПРАКТИЧЕСКУЮ значимость, ибо оно антропоцентрично, т.е. нацелено на изучение человека в домашнем окружении и в исторически меняющихся условиях, оно позволяет выявить «ядро» и периферийные элементы культуры, ее постоянные и переменные составляющие и проследить за историей развития культуры Великобритании не только на протяжении века – с середины XIX до середины XX века, но и в исторической перспективе, провести параллели с современностью в области пространства повседневности. Оно также позволяет установить связь между такими понятиями как «дом» - «дизайн» - «журнал» - «массовая культура».

Великобритания – одна из тех стран, что ревностно относятся к своей истории и традициям; несмотря на все изменения в экономике, политике и развитие технологий, традиции остаются определенным мерилем качества для англичан, об этом свидетельствует внешний вид домов, которые запрещены для модернизации. Реновации может подлежать внутреннее пространство исторически значимых домов, которое становится, как правильно отмечает автор, более практичным для проживания. Возможно, в этом и проявляется особенность тернарной структуры культуры, о которой пишет Юрий Лотман в «Семиотике и типологии культуры», – пытающейся приспособить особенность идеала красоты к новым условиям, сохраняющей исторически сложившиеся ценности, и в частности в создании пространства повседневности.

Следует отметить, что автор демонстрирует солидную базу для исследования – она включает в себя список работ, выполненных как отечественными, так и зарубежными авторами в самых разных областях знания – культуры повседневного пространства, социологии повседневности, декоративного оформления дома и дизайна, роли женщины в оформлении

дома. Сюда относятся и работы, посвященные изучению массовой культуры, дизайна и массового журнала как феномена массовой культуры.

Особое значение для диссертации Михайловой Е.М., судя по количеству цитирований, имеет работа Г. Мутезиуса «Английский дом», на которую автор постоянно опирается в подтверждение своих наблюдений.

Работа состоит из Введения, 4 глав, Заключения и списка литературы, насчитывающей 395 источников.

В Главе 1 «Образ дома в английской традиционной культуре» автор диссертации обращается к двум лексическим единицам – “home” и “house” – и выявляет различия в семантике этих слов, которые фиксируют современные английские словари, тем самым разграничивая понятия «дом» как архитектурный и строительный объект и «дом» как место уюта и семьи, что служит целям исследования, в котором внешнее пространство отделяется от внутреннего. Оправдано и обращение к фразеологическому фонду английского языка, к изучению концепта «дом» в английской фразеологии, пословицах и поговорках, которые помогают выявить его аксиологическую значимость, его особую роль в жизни британцев.

В главе 2 «Массовая культура в пространстве повседневности» в §1 Части 1 рассматривается дизайн как феномен массовой культуры и пути развития дизайна в Великобритании. Автор обращается к истории и этимологии слова ‘design’, к значениям, зафиксированным в английских словарях, выявляет появление в XIX веке в период развития машинного производства значение «оформление внутреннего пространства». Автор также изучает особенности развития дизайна в Великобритании. В этой части диссертации не хватает стройности и четкости в выделении основных мыслей – много деталей, которые не совсем удачно выстроены. Это касается, на мой взгляд, и заключения по этой части главы (см. С. 47). В §2 Части 1 «Реакция британского общества на развитие массового производства и на зарождение идеи дизайна», с ссылкой на мнения экспертов, Михайлова Е.М. отражает сложные и противоречивые процессы, которые происходили в

Великобритании в связи с развитием машинного производства, и последствия этих процессов, нашедшие наиболее яркое отражение в фильмах с участием Чарли Чаплина. «Быстрая модернизация и ускоренное индустриальное развитие сталкивались с присущими английскому менталитету консервативностью и стремлением к следованию традициям» (стр. 51). Движение «Искусств и ремесел», основанное членом движения «Братство прерафаэлитов», дизайнером У. Моррисом, основные идеи, им сформулированные, а именно: предметы должны украшать дом, а дом должен быть добротным построенным, чистым и здоровым, с хорошим пространством для сада и не портить ландшафт страны – и по сей день являются основополагающими (См. с.52 текста диссертации.) Роль Морриса и всего «Братства прерафаэлитов» была огромная в развитии вкуса, чувства красоты и прекрасного, в создании направления эстетизма. Идеи массового производства не особенно удачно приживались в Великобритании. В §3 Части 1 главы 2 автор останавливается на развитии дизайна в Великобритании в XX веке, когда слово «дизайн» приобретает значение сборки и дизайн внутреннего пространства зарождается в Великобритании. Разводятся понятия декора и дизайна, появляется идея функциональной целесообразности изделий, дизайн интерьера становится профессией, требующей соответствующей квалификации специалистов. Выдвигаются 8 принципов дизайна, но несмотря на все эти процессы, Великобритания значительно отставала от стран Европы. Это факт еще раз приводит к убеждению в том, что консерватизм является отличительной культурной чертой британской нации.

Вторая часть Главы 2 «Британские журналы XIX – первой половины XX века как феномен массовой культуры и их «экспансия» в жилое пространство» посвящена изучению журналов. Дается анализ журналов, правомерно отмечается, что это были журналы в основном для женщин, что не удивительно. Женщина всегда являлась домоправительницей и хозяйкой, на которой лежит вся ответственность не только за воспитание детей, но и за

организацию браков, вечеров и т.д., так что второстепенная роль женщины, отраженная, в частности, в праве наследования только по мужской линии, является условным по своей сути. Абсолютно логичным является заявление о том, что в 80-е годы XIX века интерес к интерьеру заметно возрастает, меняется облик журналов, они в большей степени ориентированы на интересы читательниц, появляются иллюстрации, цветное изображение и т.д. Со снятием налога, печатные издания становятся доступными для среднего англичанина, журналы начинают развиваться и вовлекать все более широкие слои населения, зарождается связь с брендовыми магазинами. Здесь автор исследования говорит о меняющемся стиле рекламы, на стр. 80 пишет о том, что язык рекламы становится категоричным, что заявляет об уверенности рекламодателя, выражаемой посредством простого времени (Present Simple) и глаголов *shall*, *will*. В связи с этим возникает вопрос: свидетельствует ли используемое грамматическое время о все большей уверенности рекламодателя или о формировании стиля журналов в это время? Ведь простое время Present Simple является предпочтительным для газет и журналов?

На наш взгляд, в отдельных частях диссертации, в частности на стр. 80-81 более целесообразным представляется использование цитат в оригинале с параллельным переводом на русский язык, особенно когда это касается анализа языка журнала или мнения о языке журнала.

В главе 3 изучается Викторианская эпоха в истории и культуре повседневности, в которой отдельные параграфы посвящаются расположению и планировке дома, декоративному оформлению жилого пространства в Викторианскую эпоху, а также дому как отражению семейных ценностей.

В главе 4 «Британский идеальный дом первой половины XX века» автор прослеживает изменения, которые вносит новый век в оформление жилого пространства, историю дизайна, рисует образ идеального дома и обстановки того времени, декоративное оформление жилых помещений.

Автор диссертации последовательно решает поставленные задачи, в Заключении подытоживаются результаты проведенного исследования.

Вместе с тем в ходе чтения диссертации, возникают замечания и вопросы, которые требуют пояснения и комментариев:

1) Существуют ли возрастные особенности в оформлении внутреннего пространства дома? Отражаются ли они в журналах?

2) Выделите основные 5 или более характеристик, которые лежат в основе британской культуры оформления пространства дома. Какие из них можно назвать «ядром» культуры оформления внутреннего пространства, а какие находятся на периферии? Как эти характеристики проявляют себя в эпоху глобализации?

3) Существует ли сейчас отставание Великобритании от других европейских стран в развитии дизайна и изменении пространства дома? В чем оно проявляется?

4) В качестве пожелания можно было бы отметить чрезмерный объем диссертации – текст диссертации можно было бы сократить до 130-140 стр. – опустив повторяющиеся социально-экономические, исторические экскурсы в разных частях диссертации, а также описание различий между высшими средними классами – на с.100, 134, 138 и др. В работе с самого начала рассматривается период Викторианской эпохи, подробное описание этой эпохи в главе 3 представляется излишним.

5) В тексте встречаются опечатки, во второй части в большей степени (с. 22, 43, 133, 137, 142, 176, 177, 178 и др.)

Вместе с тем, указанные замечания не умаляют значимости диссертационного исследования. Диссертация отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к работам подобного рода. Содержание диссертации

соответствует паспорту специальности 24.00.01 – «теория и история культуры» (по культурологии), а также критериям, определенным пп.2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова, а также оформлена согласно приложениям № 5, 6 Положения о диссертационном совете Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Таким образом, соискатель Михайлова Екатерина Михайловна заслуживает присуждения ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – «теория и история культуры».

Официальный оппонент:

доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры английского языка №3
факультета международной журналистики
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования «Московский государственный институт
международных отношений (университет) Министерства иностранных дел
Российской Федерации»

Ивушкина Татьяна Александровна



25 января 2017 года

Контактные данные:

Тел. 8-902-259-6441, email: Tatiana.ivushkina@gmail.com

Специальность, по которой защищена диссертация:

10.02.04 – Германские языки

Адрес места работы:

119454, Ивушкина Татьяна Александровна г. Москва, ул. Вернадского, д. 76,
МГИМО (университет) МИД России, кафедра английского языка № 3.

Тел. 8-(495)-434-93-80; email: antoshenko@mgimo.ru