

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Дарьи Геннадьевны Ильиных «Информационный потенциал и диалоговые возможности региональных печатных средств массовой информации и сетевых версий изданий (на примере СМИ Уральского федерального округа)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

С появлением сети интернет и последующим развитием социальных сервисов средства массовой информации оказались в непростой ситуации. Аудиторию XXI века окружают десятки медийных каналов, и СМИ не всегда побеждают в конкуренции за внимание. Кроме этого газеты, радио и телевидение уже утратили непоколебимую ранее монополию на информацию. Эти факторы приводят к снижению интереса аудитории к СМИ, падению тиражей, закрытию изданий. В связи с этим актуальность исследования Дарьи Геннадьевны Ильиных не вызывает сомнений.

В эпоху расцвета социальных медиа и брендированного контента как никогда раньше СМИ нужно изучать свою аудиторию, особенности её медиапотребления, потребности, ценности и мотивы. В этом свете исследование диалоговых возможностей региональных печатных средств массовой информации и их сетевых версий изданий приобретает ещё большую остроту.

Существует сложность в изучении указанной темы. Сфера новых медиа не устоялась, изменения в ней носят перманентный характер. Исследователи фиксируют изменения, но многие наблюдения быстро устаревают. Кроме этого, нельзя не отметить технологический детерминизм, своего рода «очарование технологиями», присущий некоторым исследователям, которые подменяют изучение содержательных аспектов рассмотрением технических деталей. К счастью, этого удалось избежать автору диссертационного исследования. А теоретической базой работы стали фундаментальные труды в сфере журналистики С.М. Виноградова, Я.Н. Засурского, В.Л. Иваницкого, Г.В. Лазутиной, В.В. Тулупова, Е.Л. Вартановой, М.М. Лукиной и др.

Итак, актуальность исследования не вызывает сомнений.

Во введении автор демонстрирует приверженность традиционному типу журналистики – газетам, утверждая на стр. 4, что *«печатные СМИ являются наиболее привычной, традиционной формой журналистики для населения в сравнении с электронными»*. Очевидно, это дискуссионный вопрос, так как, например, исследования показывают, что аудитория телевидения намного шире и лояльней, чем аудитория газет. Но эта позиция автора объяснима: материалом исследования стали городские газеты областных центров Уральского федерального округа. Автор не скрывает своего беспокойства об их судьбе.

Во введении чётко сформулированы все основные позиции исследования, среди которых хотелось бы выделить подробное описание научной новизны и методов исследования.

В первой главе Дарья Геннадьевна обращается к понятию «информационная культура». Последовательно описав понятия «информация» и «культура», а также разные подходы к определению «информационной культуры», автор формулирует её как *«общественное явление материального и духовного характера, основанное на развитии информационно-коммуникационных технологий и процессов, что приводит к развитию культуры личности на основе принципов информационного общества»* (стр. 23). Важно отметить, что существующие исследования информационной культуры не затрагивают область диалоговых возможностей средств массовой информации, хотя в целом журналистику рассматривают. В этом положительная сторона и новизна диссертационного исследования.

Важный вопрос: как формируется эта культура? В параграфе 1.2. Дарья Геннадьевна обращается к этой важной проблеме, описывая роль СМИ в формировании информационной культуры. Здесь возникает вопрос: формируется ли информационная культура посредством особого образовательного формата – медиаобразования – или это стихийный процесс? Медиаобразование сегодня – перспективное направление исследований, результаты которого важны и для средней школы, и для вузов. Хотелось бы услышать позицию автора относительно связи медиаобразования и информационной культуры.

Описывая роль СМИ в формировании информационной культуры автор, на наш взгляд, проявляет сдержанный медиадетерминизм, объясняя проблемы общества работой журналистов: *«При отсутствии нормально функционирующих СМИ в обществе наблюдается крайняя степень внутренней разобщенности народа, что в конечном итоге приводит к социальным взрывам и революциям»* (стр. 32). Хочется верить, что это не всегда так.

На стр. 36 автор сравнивает федеральные и региональные издания с точки зрения потребностей аудитории. При этом, как представляется, допускает досадную опечатку: сначала утверждается, что региональные СМИ *«более перспективны»*, а затем указывается, что *«жители одной и той же области, но из разных населенных пунктов, с большой долей вероятности предпочтут СМИ своего населенного пункта либо федеральное издание, нежели СМИ региональное (областное)»*. Из дальнейшего текста становится понятным, что изначально как о перспективных речь идёт о районных и городских изданиях. Но я всё же прошу пояснить автора: что в исследовании понимается под региональными СМИ, тем более это, очевидно, одно из основных понятий работы.

Нельзя не согласиться с важным тезисом первой главы: *«в ближайшее время российским газетам всех уровней, выходящим на бумажных носителях, исчезновение не грозит»* (стр. 37). Этот важный вывод основывается на наблюдениях автора, мнении экспертов, прогнозировании ситуации в медиасфере.

Во второй главе автор обращается к описанию понятия «информационный потенциал» СМИ. Одним из важных факторов, влияющих на него, диссертант

называет конвергенцию. Рассматривая это явление, автор указывает на важную особенность: *«не имеющее офлайн-аналогов интернет-СМИ не может в полной мере конвергировать – оно просто использует мультимедиа-технологии»* (стр.43). Это ценное наблюдение, просто описывающее сложные процессы.

Заслуживает отдельного внимания и авторское определение понятия «мультимедийная статья». Автор обращается к ней как к составляющей части процесса конвергенции СМИ. Важной характеристикой мультимедийной статьи автор называет такой набор мультимедийных составляющих, что *«недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов не искажала общий смысл сюжета»* (стр. 42). Как представляется, это важное требование позволит сохранять доступность публикации максимально широкому кругу аудитории.

Диссертант на стр. 46 приводит определение информационного потенциала СМИ как *«все накопленные и активно используемые им для активизации мыслительного процесса аудитории информационные ресурсы, доступные данному средству массовой информации и составляющие его содержание, вкпе с методами, технологиями и средствами передачи этих ресурсов аудитории»*. В данном разделе автор демонстрирует прекрасные знания литературы вопроса, ссылается в своих рассуждениях на авторитетные исследования в данной сфере. Так, диссертант ссылается на диссертации О.В. Копылова, А.П. Короченского, публикации Е.Л. Вартановой, М.М. Лукиной.

На 47 стр. автор небезосновательно говорит о том, что у конвергентного СМИ больше конкурентных преимуществ за счет использования возможностей разных медиаплатформ. В то же время на стр. 50 диссертант говорит и о недостатках мультимедийной модели: *«Как бы журналист ни старался увеличить количество граней, которыми можно повернуть информацию к аудитории, суть сообщения не изменится, добавится лишь полное количество подробностей и деталей, доступных на разных медиаплатформах»*. Спорное, как представляется, утверждение, а особенно его развитие в следующем предложении: *«аудиторию интересует как раз суть информации, ее новостная ценность»*. Приведём контраргументы.

Во-первых, в исследованиях разных авторов, в том числе упоминавшейся Е.Л. Вартановой, приводится тезис о том, что современные СМИ перенимают форматы и технологии развлекательной прессы. Это проявляется в изменении оформительских моделей (обильное иллюстрирование и визуализация), стилистических и жанровых особенностях. Новостная ценность при этом уходит на второй план, а функция развлечения становится основной.

Во-вторых, вслед за М. Маклюэном и его знаменитым тезисом («The medium is the message» — «Средство передачи информации само по себе является сообщением») мы можем допустить, что мультимедийные средства сами по себе являются информативной «упаковкой» информации. Невозможно достоверно передать интонации голоса человека без звука, мимику и жесты –

без видео. Эти замечания носят дискуссионный характер, и не отменяют важность вывода автора: необходимо изучать аудиторию, чтобы понимать её потребности.

В параграфе 2.2 автор рассматривает роль и значение интерактивности для информационного потенциала СМИ. Это их важная особенность, которая позволяет некоторым исследователям приравнивать СМИ к СМК. Дарья Геннадьевна отрицает такую возможность: *«говорить о полном их ассимилировании и смещении акцента в журналистике с информирования к коммуницированию не приходится»* (стр. 54). При этом, как отмечает автор, возможностей коммуникации у СМИ и аудитории много: это и традиционные каналы, и возможности сети интернет.

Правда, до конца параграфа не совсем ясно, что автор понимает под интерактивом (впрочем далее, в третьей главе, это описано определённо и полно), отчего кажется, что интерактив, по мнению автора, – это только комментарии на сайте. Представляется, что автор много требует от читателей в процессе интерактива, упрекая их в том, что *«слишком плотные интерактивные коммуникационные потоки в СМИ»* создают *«обратный эффект – не полноценного продуктивного общения журналистов и читателей, а возрастающего потока информационного мусора»* (стр. 61). Но здесь мы снова возвращаемся к вопросу о том, что важно аудитории: «новостная ценность» публикации или развлечение. Если принять вторую точку зрения, станет понятно, что комментаторы оставляют свои сообщения ради развлечения, не соблюдая никаких правил и даже выходя на границы общепринятых норм.

Автор справедливо отмечает, что интерактивность в СМИ способствует расширению информационного потенциала издания, при этом *«журналистам важно использовать полученные в ходе интерактивной коммуникации данные на практике»* (стр. 62).

В третьей главе диссертант приступает к изучению информационного потенциала городских региональных газет. По результатам анкетирования жителей Кургана автор определяет информационный потенциал городской региональной газеты «Курган и курганцы». Выявлено, что читатели невысоко его оценивают, а редакция, в свою очередь, не реализует результаты диалога с читателями в собственных интересах.

В изучении традиционных и новых инструментов организации диалога между редакцией и аудиторией автор выявляет семь вариантов диалога и интерактива, каждый из которых затем подробно описывается с примерами использования в журналистике. Эта часть параграфа (стр. 77-88) является весьма полезной с точки зрения практической значимости исследования. Автор предлагает готовые решения по организации диалога.

В параграфе 3.2. излагаются результаты исследования поведенческих реакций представителей аудитории печатных и сетевых СМИ Кургана, Тюмени, Екатеринбурга и Челябинска при организации диалога. Дарья

Геннадьевна использовала метод социологического опроса, включив в исследование по 50 мужчин и 50 женщин в каждом из четырех городов Урала.

Общий вывод поведенческих реакций аудитории уральских СМИ печален: читатели не отличаются инициативой в налаживании диалоговых отношений со СМИ. При этом *«одним из основных препятствий к вступлению в диалог для них является необходимость обязательной дополнительной регистрации на сайте СМИ с подтверждением через письмо на реальный адрес электронной почты»*.

Кроме аудитории газет, диссертант провела опрос и в академической среде. 30 специалистов из Кургана, Тюмени, Челябинска и Екатеринбурга ответили на вопрос, как, по их мнению, должен выглядеть диалог аудитории и СМИ.

Выводы по итогам третьей главы (стр. 111-115) вызывают особый интерес. Они могут быть полезны и академическим исследователям, и журналистам-практикам. Особенно хотелось бы отметить выводы, связанные с прямыми рекомендациями по работе с читателями. Диссертант предлагает восемь действий, призванных улучшить коммуникацию между аудиторией и СМИ. Особенно это может быть полезным для региональных газет, подверженных опасным тенденциям снижения тиражей, падения уровня доверия аудитории и профессионализма в целом.

Высказанные выше замечания носят частный характер и не умаляют очевидных достоинств исследования. В целом, диссертационная работа Дарьи Геннадьевны Ильиных является полноценным, завершенным научным трудом, обладающим необходимыми теоретическими и эмпирическими обоснованиями. Актуальность выводов и рекомендаций, их практическая ценность и достойное отражение положений работы в публикациях автора (7 публикаций общим объемом 2,5 п.л.) позволяют говорить о том, что данная работа состоялась.

Хотелось бы отдельно отметить грамотность языка и аккуратность в оформлении диссертационной работы и библиографических ссылок.

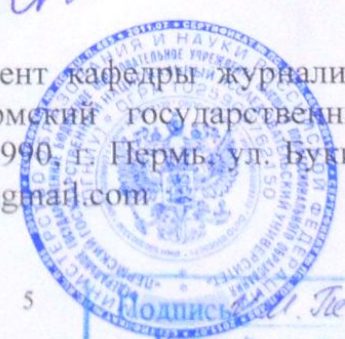
Диссертация соответствует требованиям п. 9-10 Положения ВАК РФ «О порядке присуждения ученых степеней и ученых званий», а ее автор Дарья Геннадьевна Ильиных заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – «журналистика».

Официальный оппонент

Иван Михайлович Печищев,

кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, телефон: (342) 2-396-621, эл. почта: ivan.perm@gmail.com

12.05.2014 г.



5

Подпись: И. Печищев
Ученый секретарь совета