

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ
ЭКСПЕРТНОЙ КОМИССИИ**
по диссертации Ксении Александровны Онуприенко
«Новые медиаформаты в практике российских СМИ»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности
5.9.9 – медиакоммуникации и журналистика

Комиссия в составе – Кемарская И.Н., доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Научно-исследовательского сектора; Черняк А.В., доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры печати и новых медиа; Калмыков А.А., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры печати и новых медиа – проанализировала диссертационную работу Онуприенко К.А. и пришла к следующему заключению.

Представленная диссертационная работа представляет собой самостоятельно выполненную автором научно-квалификационную работу, результаты которой обеспечивают решение важных теоретических и прикладных задач СМИ. Отечественная журналистика представляет собой живой организм, который развивается и совершенствуется. Предложенная К.А. Онуприенко диссертация посвящена исследованию практики применения новых медиаформатов российскими СМИ в условиях динамично меняющегося информационного пространства. Глобальная цифровизация, появление социальных сетей, мессенджеров и других информационно-коммуникационных технологий оказывают интенсивное влияние на журналистику. Анализ трансформационных процессов медийной системы, выраженных в повсеместном внедрении цифровых технологий и основанных на них оригинальных форм журналистского творчества, выявляет изменения структурно-функциональных, лингвистических, жанрово-форматных и семиотических характеристик журналистских публикаций, зарождение и становление новых медиаформатов.

В работе выдвигается и подтверждается гипотеза о том, что новые медиаформаты являются существенным фактором повышения результативности деятельности СМИ в современных условиях, поскольку максимально продуктивно используют функционал новаторских медиаплатформ, что позволяет значительно расширить возможности дистрибуции и перевести процесс трансляции контента в интерактивную форму, более полно удовлетворяющую потребности целевой аудитории. Системные изменения в области массовых коммуникаций все более заметно трансформируют технологии производства профессионального контента и социальные роли журналистики.

Актуальность исследования соискатель обосновала следующими факторами. Первый – глобальная цифровизация, появление социальных сетей, мессенджеров, новых информационно-коммуникационных технологий. Второй – значительный рост числа активных медиаакторов. Процессы изменения индустриальной составляющей производства контента и форм его репрезентации оказали сильное влияние на журналистику и перевели систему массовой коммуникации на новый уровень развития. СМИ сегодня больше не являются монополистами, они оказались лишь одними из игроков на информационном рынке, оставаясь наиболее влиятельным источником информации, но зачастую проигрывая социальным медиа в скорости подачи и детализации предоставляемой информации. Третий фактор – кризис традиционной жанровой системы журналистики в цифровой среде (редуцируются, становятся редкими памфлет, фельетон, очерк, эссе, все заметнее становится синтез текстов журналистики и PR и т.д.). Кризисные трансформации заставляют СМИ искать новые стратегии взаимодействия с аудиторией, которые ориентированы на использование современных форматов (текстов и метатекстов), включение мультимедийных, интерактивных и визуальных технологий. Подобно тому, как в практику журналистов с появлением новых модусов (фотографии, кинематографа, радио и телевидения) внедрялись особые способы подачи контента, с

течением времени переходившие в разряд жанров, так сегодня новые медиаформаты выполняют роль испытательной площадки, выявляя возможности современных технологий, в частности, мультимедиа. Устаревающие приемы вымываются из употребления, те же, что подтвердили свою жизнеспособность, переходят в разряд новых жанрообразующих форм. Изменяются ключевые стратегии СМИ, главным образом, за счет переналадки форм общения с аудиторией, динамично адаптируемых к современной технологической основе.

Методологическая база возникновения новых медиаформатов была заложена во второй половине 1990-х годов с развитием технологий WEB 2.0 (мультимедийных и интерактивных по своей сути), которые стали основой перманентного межжанрового синтеза и стимулировали журналистику к адаптации классических жанров под цифровые платформы. Примером может служить популярный формат лонгрида, позволяющий представить в привлекательной для аудитории форме протяженный текст в широком диапазоне жанров (репортаж, очерк, интервью и другие).

Актуальное понимание функционирования СМИ в настоящее время невозможно без многоуровневого изучения применения новых медиаформатов, переноса акцента с исследований прагматики контента на осмысление его структуры и транслируемых смыслов, обращения к экспертному опыту практиков медиаиндустрии. В конвергентных СМИ новые медиаформаты особенно активно стали применяться во время пандемии коронавирусной инфекции. COVID-19 ускорил мировые тенденции развития массмедиа, катализировал реализацию медиатрендов в части новаторских стратегий создания и дистрибуции контента. Форс-мажорная ситуация самоизоляции, увеличение времени, которое люди стали проводить в интернете (при одновременном ускорении процессов восприятия информации) заложили условия для переосмысления творческих и технологических методов создания контента, повышая вовлеченность аудитории в коммуникационные процессы.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью систематизации знаний о новых форматах в журналистике в условиях их динамичного развития и модификации. Социальные сети и мессенджеры стали действенными платформами для доставки информации конечному пользователю. Передовым медиа приходится существовать в состоянии постоянного эксперимента с новыми форматами контента и каналами дистрибуции. Все это влияет на коммуникативные стратегии, которые призваны детализировать место, время и способ публикации контента, выявить тенденции взаимодействия сообщений друг с другом, а также предполагаемую реакцию аудитории.

Представляется важным в современных условиях изучать примеры практического применения в российских СМИ новых медиаформатов. Под понятием «новые медиаформаты» следует понимать способы отображения того или иного контента, возникающие с внедрением в журналистику мультимедийных средств, модифицированных и адаптированных под меняющиеся электронные технологии. Соискатель называет такие медиаформаты «новыми», поскольку данная классификация не противоречит хронологии их возникновения, достаточно точно передает их суть, и это название представляет собой рабочий термин, устойчиво применяемый в практике СМИ. «Новые медиаформаты» возникли на протяжении относительно небольшого отрезка времени, они динамичны и склонны к эволюции по мере технологического совершенствования носителей информации.

Научная новизна диссертационного исследования выражается в том, что в нем впервые проводится углубленный анализ понятия «новые медиаформаты», получившего широкое хождение в практике СМИ и при этом недостаточно описанного в качестве системного явления. Устанавливается значимость обращения к новым медиаформатам как фактору повышения эффективности реализации коммуникативных стратегий, выявляются и эмпирически доказываются их преимущества. К

научной новизне также относится семиотический анализ сообщений в новых медиаформатах, а также авторский подход к разграничению понятий «жанр» и «формат» в современной журналистской практике.

Исследуя проблему, автор приходит к выводу, что мы находимся в стадии формирования новой медийной системы, которая будет длиться достаточно долго и завершится только тогда, когда роль каждого медиаактора будет точно так же социально, организационно, законодательно, морально-нравственно прописана, как ранее это было в традиционном медиапространстве.

Речь идет о медиаакторах разного порядка, не только о блогерах: медиатизация – свойство любого вида осмысленной деятельности. Каждая фирма со своей пресс-службой – это медиаактор, влияющий на процессы в медиапространстве и через социальные медиа, и через СМИ, и через корпоративные издания, и через нативную рекламу. Практика показывает, что именно использование актуального формата дает возможность актору реализоваться в медиапространстве с той или иной степенью успеха вне зависимости от типа размещаемого контента.

Теоретическая значимость исследования заключается в конкретизации места и роли новых медиаформатов в журналистике и массовых коммуникациях. В теоретической части рассматриваются проблемы цифровизации и ее влияния на медиастратегии, описываются процессы трансформации медиатекстов, эволюции средств и творческих методов в арсенале журналиста в условиях мультиплатформенности, обобщаются подходы к определению и классификации новых медиаформатов, выявляются тенденции их развития в современных СМИ. Предлагаются авторские определения ряда ключевых понятий.

Целью диссертационного исследования К.А. Онуприенко поставила изучение степени и способов влияния новых форматов на эффективность стратегий современных СМИ. Следует, однако, отметить, что понятие «эффективность» в теории журналистики не имеет четкого научного

определения, его смысловая конкретизация зависит от особенностей исследуемого проблемного поля. Желательно и более четкое ограничение временных рамок исследования, делающее обозримыми границы отбора эмпирического материала.

Практическая значимость исследования базируется на результатах экспериментов, проводимых в рамках изучения медиаматериалов. На основе данных контент-анализа, экспертного опроса и семиотического анализа автором формулируются выводы относительно действенности новых медиаформатов при реализации коммуникативных стратегий, лингвосемиотических особенностей новых медиа и выбора наиболее удачных в плане осуществления массово-информационной деятельности платформ, определяются факторы повышения эффективности журналистских стратегий, открывающиеся перспективы цифрового контент-маркетинга.

Осмысление накопленного эмпирического материала в рамках исследования направлено на закрытие теоретических «пробелов», а также на применение новых паттернов в повседневной практической деятельности журналистов, специалистов по связям с общественностью и представителей широкого спектра других профессий, связанных с созданием и распространением информации. В организационном плане многие высказываемые в работе рекомендации могут быть использованы для рационализации труда журналистов и оптимизации творческих поисков в деле установления и поддержания контактов с целевой аудиторией.

Полученные результаты применимы для корректировки программ профессиональных образовательных институтов в плане формирования новых компетенций, включающих навыки проектного мышления, SMM, работы с данными, программами и онлайн-сервисами, они могут стать базой для предметного осмысления изменений медийного пространства.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложения.

В первой главе «Трансформация жанров и форматов в современных российских СМИ» проводится анализ проблемы приспособления массмедиа к существованию в условиях глобальной цифровизации, выражающейся в переосмыслении творческих методов журналистской деятельности, модификации контента, условий поиска информационных ресурсов и вызванным данными явлениями размыванием традиционных жанровых характеристик публикаций, заменой устоявшихся типов контента новыми, зачастую находящимися в стадии становления.

Во второй главе «Новые медиаформаты как средство реализации коммуникативной стратегии» предпринимается попытка систематизации стихийно формирующейся теоретической базы, основанной на результатах экспериментов СМИ с цифровыми технологиями, новыми типами медиатекстов и каналами дистрибуции.

В третьей главе «Анализ эффективности использования новых медиаформатов при реализации коммуникативных стратегий» основное внимание уделяется конкретизации теоретических выводов предыдущих глав на фоне анализа структуры, функций и особенностей применения новых медиаформатов в практике современных СМИ.

В исследовании полностью подтверждены научные гипотезы и теоретические положения, выдвинутые диссертантом, что позволяет считать их аргументированно доказанными.

Автор опубликовала по теме диссертации 5 статей в научных журналах из списка ВАК.

Научно-теоретическая значимость работы и практическая апробация исследования подтверждают соответствие диссертации паспорту специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика. Диссертационная работа представляет собой законченное научно-квалификационное исследование, выполненное в соответствии требованиям, предъявляемым «Положением о порядке присуждения ученых степеней»,

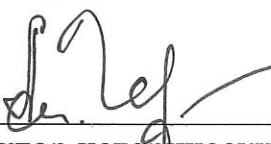
утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации №842 от 24 сентября 2013 г. (в редакции от 18.03.2023г.).


Экспертная комиссия рекомендует принять диссертацию Ксении Александровны Онуприенко «Новые медиаформаты в практике российских СМИ» к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Председатель экспертной комиссии:


Кемарская И.Н.,
доктор филологических наук

Члены экспертной комиссии:


Черняк А.В.,
доктор исторических наук, профессор,
профессор кафедры печати и новых медиа


Калмыков А.А.,
доктор филологических наук, профессор