

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертацию Лободенко Лидии Камилловны «Концептуальная модель регионального интернет-СМИ: кросс-коммуникативные аспекты», представленную на соискание ученой степени доктора филологических наук, по специальности 10.01.10 – журналистика**

Диссертационное исследование Л. К. Лободенко посвящено актуальной теме. Развитие Интернета изучалось и анализировалось многими исследователями и ранее, на основе этого анализа формировались различные теории и концепции, которые далеко не всегда являлись согласованными друг с другом с точки зрения подходов, терминологии, дискурса. Соискатель внимательно изучил и проанализировал научные труды как российских, так и зарубежных ученых и пришел к справедливому выводу, что «до недавнего времени аспекты преобразований в региональном интернет-сегменте медиарынка не привлекали особого внимания исследователей». При этом интернет-ресурсов, представляющих региональную повестку дня, становится все больше. Поэтому требуется осмысление существующего опыта, анализ сложившейся практики деятельности региональных интернет-СМИ, понимание их роли и места в структуре отечественной медиасистемы.

В рамках представленной работы автор поставил перед собой цель: на основе системного подхода разработать концептуальную модель, обеспечивающую возможность интеграции интернет-СМИ региона в информационно-коммуникативное пространство. Для реализации данной цели автор сформировал логичную и понятную цепочку действий: проанализировать теоретические подходы к исследованию информационно-коммуникативного пространства; разработать и теоретически обосновать концептуальную модель интернет-СМИ региона; разработать комплекс критериев эффективности интернет-СМИ региона; исследовать специфику кросс-коммуникативного взаимодействия журналистики, рекламы и PR в региональных интернет-СМИ.

Такой подход явно демонстрирует, что автор рассматривает свой диссертационный труд сразу в нескольких плоскостях – теоретическом, методологическом и, несомненно, эмпирическом. Актуальность такого подхода, как и **актуальность заявленной темы**, не вызывает сомнений.

**Научная новизна** исследования определяется, прежде всего, системным подходом автора к исследуемой проблеме. Несомненным достоинством работы можно считать, что автору удалось упорядочить терминологическое разнообразие в исследованиях и дискурсивную разницу между несколькими подходами к изучению интернет-СМИ. Это позволит в дальнейшем использовать результаты для формирования концепций/теорий среднего уровня. Новаторским является введение в научный оборот понятия «кросс-коммуникация» с целью обозначения нового направления в развитии информационно-коммуникативного пространства. Впервые комплексно изучены интернет-СМИ отдельного региона. Разработаны критерии оценки эффективности функционирования региональных интернет-СМИ в информационно-коммуникативном пространстве. Определены основные направления и специфика кросс-коммуникативного взаимодействия журналистики, рекламы и PR в региональных интернет-СМИ.

*В первой главе* исследования автор осуществляет теоретико-методологическую проработку исследуемой проблемы. Особую **теоретическую ценность** данной части исследования придает предложенный автором полноценный теоретико-концептуальный аппарат в сфере исследований интернет-СМИ. Автор отмечает, что теории информационного общества стали базой развития информационно-коммуникативного пространства. Появление новых медиа привело к формированию новой коммуникативной структуры, все элементы которой оказывают влияние друг на друга. Это обуславливает необходимость анализа информационно-коммуникативного пространства и приоритетов его развития в контексте функционирования системы СМИ, включающей теперь

и интернет-СМИ. Автор отмечает, что интернет-СМИ, с одной стороны, сохраняют характеристики традиционных массмедиа, а с другой – в них формируются новые свойства (онлайновость, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность).

В данной главе автор рассматривает также специфику развития интернет-СМИ в регионе (на примере Челябинской области). Анализ интернет-СМИ Челябинской области позволил выделить основные этапы их становления, характерные особенности развития. Формирование интернет-СМИ региона прошло три этапа: создание новостных информационных ресурсов; создание сайтов, включающих помимо медиаконтента различные интернет-сервисы; создание сайтов с развитой содержательной моделью медиаконтента, расширенным сервисом и высоким уровнем интерактивности. Автор понимает, что российские регионы (даже такие «продвинутые» как Челябинская область) пока далеки от идеального развития Интернета и выделяет основные причины его неполноценного использования в исследуемом регионе:

- 1) уровень проникновения Интернета;
- 2) недостаточность технического оснащения редакций современным мультимедийным оборудованием;
- 3) организационные проблемы перехода на новый уровень управления деятельностью редакции и низкий уровень квалификации персонала в области интернет-технологий;
- 4) финансовые проблемы.

Смею не согласиться только с одной из этих причин – финансовой, ибо не считаю, что создание интернет-СМИ обходится дороже, нежели, например, создание печатной газеты.

Во *второй главе* «Региональные интернет-СМИ в условиях новой коммуникативной практики» представлена концептуальная модель региональных интернет-СМИ, обосновывается комплекс показателей

эффективности ее функционирования в информационно-коммуникативном пространстве. Автор разработал и представил в диссертации структурные уровни концептуальной модели региональных интернет-СМИ. Здесь выделены:

- 1) внешнее окружение компании, включающее влияние макро- и микросреды;
- 2) взаимоотношения в системе «учредитель – редакция – аудитория»;
- 3) комплекс компонентных моделей (организационной, содержательной, оформительской (дизайнерской), сервисной, коммуникативной);
- 4) критерии оценки эффективности интернет-СМИ.

Во второй главе автор рассматривает также кросс-коммуникативное взаимодействие журналистики, рекламы и PR. Автор отмечает, что «данное взаимодействие в рамках интернет-СМИ осуществляется в следующих направлениях:

- 1) организационном – обеспечение финансовой стабильности интернет-СМИ, развитие медиапродукта и медиабренда;
- 2) содержательном – развитие методологического и методического аппарата медиалингвистики и медиастилистики, разработка креативных технологий и концепций создания креолизованных журналистских, рекламных и PR-медiateкстов;
- 3) сервисном – ориентация на потребности аудитории и рекламодателя при разработке концепции медиапродукта, разработка его коммуникативной политики;
- 4) оформительском и коммуникативном – формирование имиджа медиабренда регионального интернет-СМИ и его идентификации среди различных групп аудитории».

Тема коммуникационной конвергенции, которую автор определяет как «процесс организационно-структурного сближения или синтезирования различных коммуникативных сфер (журналистики, рекламы и PR) в едином

медиаконтенте и медиапродукте» представляется очень важной и актуальной. Она началась не в интернет-СМИ, а значительно раньше – в традиционных медиа. Хотелось бы видеть принципиально новые черты такой конвергенции в интернет-СМИ. К сожалению, в диссертации не представлено сравнительного анализа в рамках этой очень интересной темы.

В *третьей главе* обобщаются результаты исследования отношения аудитории Челябинской области к интернет-СМИ. Автор провел достаточно серьезное эмпирическое исследование. Было опрошено по репрезентативной выборке 400 жителей Челябинска и области с целью выявления интернет-предпочтений.

Представлен также анализ практической реализации концептуальных моделей региональных интернет-СМИ (газет, информационных агентств, телеканалов и радиостанций) с точки зрения использования таких компонентных моделей, как организационная, содержательная, оформительская (дизайнерская), коммуникативная и сервисная.

Считаю, что представленная методика и ценный эмпирический материал могут быть использованы и в дальнейших теоретических исследованиях и в практических проектах по организации медийных интернет-ресурсов.

В *четвертой главе* «Влияние кросс-коммуникации на развитие интернет-СМИ региона» автор подробно рассматривает медиатексты региональных интернет-СМИ, анализируя их с различных позиций: структуры текста, жанровой специфики, лексико-стилистических особенностей и т.д. Но основной упор в данной главе делается все же на уже озвученном ранее тезисе о кросс-коммуникативном взаимодействии разных типов текстов.

Позволю себе обширную цитату: «Необходимо отметить, что современные процессы формирования медиаконтента интернет-СМИ приводят к кросс-коммуникативному взаимодействию журналистики,

рекламы и PR. Главным условием конкурентоспособности СМИ на медиарынке становится не только востребованность медиаконтента, содержащего журналистские материалы, но и использование рекламных и PR-медиа-текстов, направленных на продвижение медиапродукта, а также товаров и услуг сторонних рекламодателей. Это приводит к кардинальной трансформации процесса создания медиаконтента региональных интернет-СМИ с целью привлечения и удержания целевой аудитории. В связи со структурно-содержательной трансформацией медиаконтента интернет-СМИ расширяется характер выполняемых ими общепринятых функций (информационной, коммуникационной, идеологической, культурно-образовательной, организаторской, рекреативной) и актуализируются новые функции (имиджевая, рекламная и маркетинговая). Это повышает уровень качества, конкурентоспособность регионального интернет-СМИ и позволяет медиаконтенту соответствовать современным требованиям потребителя» (с. 315-316).

Все правильно, мне близка эта позиция. Но опять же этот вывод может быть применим не только к интернет-СМИ. Абсолютно такие же принципы функционирования на рынке характерны и для традиционных средств массовой информации.

Несмотря на высказанные замечания, считаю, что представленная к защите диссертация – солидное научное исследование, имеющее и теоретическое, и практическое значение и ценность. Работа отличается глубиной проработки теоретико-методологических основ исследований интернет-СМИ, ценным эмпирическим материалом и ярко выраженной самостоятельностью автора.

Содержание представленной работы соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям, автореферат отражает основное содержание диссертации. Работа соответствует требованиям, содержащимся в п. 7,8 «Положение о порядке присуждения ученых степеней» ВАК РФ,

предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения искомой степени доктора филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

**Доктор филологических наук,  
доцент, профессор кафедры теории  
и экономики СМИ факультета  
журналистики ФГОУ ВПО  
«Московский государственный  
университет им. М.В. Ломоносова»**

**Г.Г. Щепилова**

«7» сентября 2015 г.

Адрес: г.Москва, ул. Академика Скрябина, 16, корп. 2, кв.18.

Телефон: +7 (903) 7453576

Электронная почта: shgg@yandex.ru



Подпись Г.Г. Щепиловой заверяю: