

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе
федерального государственного
бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Ростовский государственный
университет путей сообщения»

доктор технических наук, профессор

А. Н. Гуда

«30» 10 2019 г.



Отзыв ведущей организации

Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный университет путей сообщения» (ФГБОУ ВО РГУПС) на диссертационную работу Рубаса Антона Васильевича «Современные тенденции формирования информационного и коммуникативного пространства транспортного комплекса мегаполиса (на примере Московского метрополитена)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности – 10.01.10

Оценка объема и структуры диссертации

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, включающего 231 источник (работы отечественных и зарубежных авторов), приложения. Общий объем работы – 262 страницы.

Актуальность темы исследования

Развитие информационных технологий трансформировало систему СМИ. Медиакоммуникации, интегрированные в различные сферы социума, стали использоваться не только как ресурсы информирования и коммуникации, но и средства организации профессиональной, образовательной, культурной, досуговой и других видов деятельности. Современное медиапотребление в больших городах характеризуется ростом численности медиаисточников, увеличением времени, затрачиваемого индивидами на потребление медиаконтента, ростом медиаактивности населения. Благодаря совершенствованию технологий, аудитория может

осуществлять использование медиаресурсов не только на рабочем месте, дома, но и в транспорте, на улицах, в городских зонах отдыха и т.д.

По данным статистики, жители Москвы ежедневно тратят на дорогу 48 мин., Санкт-Петербурга – 43 (см.: Коммерсант. 26.05.2017. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3306794>), логичным является использование горожанами в данный период времени медиакоммуникаций. И если еще несколько лет назад пассажиры метро активно читали печатную прессу и литературу (см. Трабун Д. Что читают в московском метро? // The-village.ru. 10.02.2011. URL: <https://www.the-village.ru/village/people/people/106665-books>), то сегодня они пользуются мобильными устройствами, а также медиаресурсами метрополитена (полиграфической продукцией, информационными табло, телевизионными мониторами, аудиоресурсами и др.), помогающими реализовывать информационные, развлекательные, познавательные, образовательные и иные функции. Таким образом, информационно-коммуникативное пространство метрополитена представляет медиасреду, включающую в себя различные виды медиакоммуникаций, а его аудитория, выявленная по виду использования транспортной коммуникации, характеризуется значительными количественными показателями, так, ежедневная аудитория Московского метрополитена насчитывает более 8,5 млн человек; исходя из чего мы можем говорить об **актуальности** предлагаемой исследовательской работы.

Необходимо отметить, что автор работы, Антон Васильевич Рубас, выбирает для исследования именно цифровые медиа, активно развивающиеся в данный период и привлекающие внимание преобладающего сегмента аудитории – населения, пользующегося услугами Московского метрополитена.

Научная новизна полученных результатов состоит в том, что впервые анализируется с научной точки зрения медиасреда Московского метрополитена, а именно контент цифровых медиа, интенсивно

развивающихся в современном медиапространстве; исследователь выявляет типологические особенности медиаресурсов (функциональные, жанрово-тематические, аудиторные характеристики), которые до этого не попадали в научное поле зрения и не рассматривались в обозначенном направлении, более того, предлагается концепция мультимедийной транспортной FM радиостанции.

Цель диссертационной работы – изучение способов и методов воздействия цифровых медиакоммуникаций Московского метрополитена на общую систему информирования, формирования информационно-коммуникативных взаимоотношений с различными аудиторными сегментами. **Задачи исследования** формируются поставленной целью: изучение механизма влияния цифровых медиа на развитие информационно-коммуникативного пространства, лингвостилистический анализ медиатекстов, типологическое изучение цифровых медиа метрополитена, разработка информационно-коммуникативной модели взаимодействия метро и населения, проектирование концепции мультимедийной транспортной FM радиостанции. **Эмпирическую базу исследования** составили цифровые медиа Московского метрополитена, контент культурно-образовательных проектов «Тематические поезда» и «Музыка в метро»; онлайн-версии газет «Москва Вечерняя» и «Metro». Для выявления социальных характеристик аудитории цифровых медиа был рассмотрен пользовательский контент участников групп московского метро массовых социальных сетей «ВКонтакте», «Facebook», «Одноклассники» (на первом этапе – определение социально-демографического портрета – проанализировано 3215 пользователей, на втором – выявление аудиторных предпочтений – 4623). **Методы исследования** определяются поставленными диссертантом целью и задачами: типологический, сравнительный, социологический, филологический.

Оценка содержания диссертации

Первая глава **«Факторы развития системы информационно-коммуникативного пространства Московского метрополитена»** посвящена изучению медиаресурсов обозначенного вида транспортной коммуникации. Необходимо отметить пристальное внимание к объекту исследования. Исходя из того, что «информационные ресурсы Московского метрополитена представляют собой многогранную структуру, включающую разноплановые способы дистрибуции контента и современные каналы информирования и коммуникации» (С. 26), автор предлагает классификацию информационных ресурсов метрополитена, основанную на изучении её важнейших характеристик: назначение информирования, характер, виды информирования и зоны, способы распространения информации. Учитывая характер территории и её функциональное назначение, диссертант определяет многоаспектность информирования в метро. В отличие от массовых медиа цифровые медиаресурсы метро выполняют более широкий спектр задач: от обеспечения эффективной деятельности предприятия, соблюдения правил пользования транспортом и правил безопасности до формирования культурно-досугового пространства пассажиров и работы с социальными медиа. Наблюдения автора сопровождаются интересными и актуальными примерами, схемами и графиками.

Заслуживает внимания и проведенное исследование социально-демографических характеристик аудиторных групп, использующих медиакommunikации метрополитена. Оно позволило разработать автору рекомендации по улучшению информационной деятельности медиакommunikационной системы метрополитена.

Вторая глава **«Актуализация цифровых медиа в конструировании информационных и коммуникационных процессов Московского метрополитена»** посвящена изучению вопросов совершенствования обратной связи с аудиторными группами с учетом использования

информационных каналов, соответствующих их интересам (в зависимости от их возрастных особенностей, специфики потребления информации), оптимизации медиaprостранства метрополитена (модернизации, оптимизации интернет-сайтов, развития эффективной информационной политики в группах социальных медиа), интеграции в медиасреду метро профильного контента городских СМИ (в данном случае речь идет о формировании имиджа рассматриваемой транспортной коммуникации, достоверном информировании о деятельности метрополитена). И отдельным вопросом можно рассматривать предложение о разработке собственной радиостанции метрополитена как эффективной медиаструктуры.

Третья глава **«Языковой аспект влияния цифровых медиа на формирование информационного и коммуникативного пространства транспортного предприятия»** посвящена филологическому анализу интернет-сайтов, групп московского метро в социальных сетях, культурно-образовательных проектов московского метро, интернет-версий изданий «Москва Вечерняя», «Metro». С помощью контент-анализа определяются следующие особенности медиаконтента: превалирование тематики, жанров, категории видов контента.

Значимость полученных автором диссертации результатов

Нельзя не отметить вклад автора в теоретическую разработку вопроса: в исследовании расширяется терминология, связанная со сферой медиа; предложена типологическая медиасистема метрополитена; выявляются особенности взаимодействия пресс-службы транспортной сферы со средствами массовой информации и массовых коммуникаций. В работе практическая часть является превалирующей, что повышает её значимость в научно-практической среде.

Рекомендации об использовании результатов исследования

Материалы диссертации могут быть использованы в сфере профессионального медиаобразования (в процессе обучения журналистов,

специалистов по связям с общественностью, медиаспециалистов); они могут (и будут востребованы) в профессиональной медиаотрасли: в пресс-службах, редакциях СМИ, осуществляющих взаимодействие с транспортной отраслью; они будут полезны медиаспециалистам, работающим в транспортных организациях (речь может идти об улучшении работы деятельности данных пресс-служб, организации собственных СМИ и медиаресурсов).

Апробация работы

Результаты работы обсуждались с руководством предприятий Московского метрополитена. Апробация исследования осуществлялась на конференциях: на Международном молодежном форуме «Ломоносов», конференции «Радио в глобальной медиаконкуренции», на международных форумах по коммуникациям и развитию пассажирских сервисов «ТрансКоммФорум». По теме исследования опубликовано 10 работ, в том числе 5 в ведущих научных рецензируемых изданиях, включенных в перечень ВАК Минобрнауки России.

Замечания

К замечаниям по рассматриваемой диссертационной работе можно отнести следующее.

1. Обзор исследований по СМК транспортной отрасли недостаточно полный.

2. В процессе рассмотрения типологии информационных ресурсов метрополитена остается непонятным, на чьи исследования по типологии медиа опирался автор.

3. Медиасистема Московского метрополитена представляет расширенную многофункциональную структуру. Автором предлагается ряд разработок, направленных на повышение качества её функционирования. Можно ли сказать, что в инновациях нуждается не только сама система, но и деятельность журналистов, специалистов по связям с общественностью,

обеспечивающих работу медиасферы метрополитена? И какие недостатки в их работе мог бы выделить автор?

4. Если делать прогноз относительно дальнейшего развития медиасистемы метро, то можно с уверенностью сказать, что преобладающее место в ней будут занимать цифровые медиа. В этой связи возникает вопрос: сохранятся ли печатные медиаресурсы? Каковы будут их функции?

Обозначенные вопросы не влияют на общую оценку исследования, а лишь показывают возможные тенденции развития заявленной темы.

Заключение

Работа Антона Васильевича Рубаса является самостоятельной завершённой научно-квалификационной работой, в которой содержится ряд определенных предложений по совершенствованию медиасистемы Московского метрополитена. Данные практические разработки сформулированы автором после тщательного изучения функциональных, системных, типологических, филологических аспектов медиакommunikаций метро.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что диссертационное исследование Рубаса Антона Васильевича «Современные тенденции формирования информационного и коммуникативного пространства транспортного комплекса мегаполиса (на примере Московского метрополитена)» полностью отвечает формуле специальности 10.01.10 – журналистика, соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, установленным в п. 9 «Положении о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842, а её автор заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Отзыв на рецензируемую диссертацию и автореферат обсужден и одобрен (единогласно) на заседании кафедры от 30.10.2019 (протокол № 3).

Отзыв подготовлен доктором филологических наук, доцентом, заведующим кафедрой «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения» (ФГБОУ ВО РГУПС) Смеюхой Викторией Вячеславовной.

Заведующий кафедрой «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» ФГБОУ ВО РГУПС

доктор филологических наук

(спец. 10.01.10 – журналистика),

доцент



Смеюха Виктория Вячеславовна

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный университет путей сообщения».

344038, г. Ростов-на-Дону, пл. Ростовского Стрелкового Полка Народного Ополчения, д. 2.

Официальный сайт: <http://www.rgups.ru/>

Телефоны: 8 (863) 272-65-56, +7 (929) 820-69-32.

Электронная почта: mkpl@rgups.ru