

ОТЗЫВ

**официального оппонента Андрея Владимировича Вырковского –
о диссертации Олега Алексеевича Куприянова
«Модели информационного взаимодействия российских федеральных
телеканалов с аудиторией», представленной на соискание ученой
степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.01 –
журналистика**

Представленная нам на рецензирование работа отличается несомненной актуальностью: выполнение «большими» массмедиа гуманитарной функции считается многими едва ли не основным смыслом их функционирования. Особенно важно это в настоящее время, когда становится очевидной трансформация традиционных для legacy media форм работы с аудиторией, сопровождаемая эрозией ценностных установок, свойственных миру массмедиа (по крайней мере, в отечественном контексте их существования). Автор ставит в основу своей исследовательской парадигмы «антропоцентрическую модель коммуникации, в центре которой находится не социальный институт, канал или средство массовой коммуникации, а человек с его ценностными ориентациями, культурной и социальной активностью и потребностями». Этот подход минимум заслуживает уважения.

Многочисленные исследования подтверждают: средства массовой информации являются общественным благом, то есть их рассмотрение исключительно в контексте получения экономической выгоды и создания политического капитала является, как минимум, контрпродуктивным. Потому мы всячески приветствуем появление в отечественном научном дискурсе работы О.А. Куприянова.

Как было показано выше, данное диссертационное исследование является, безусловно, чрезвычайно **актуальным**. И то же можно сказать о

явной **научной новизне** данного труда, обусловленной – как минимум – двумя причинами.

Прежде всего, подавляющее большинство работ, созданных в рамках критического подхода к эффектам функционирования современных массмедиа, носят не научный, а, скорее, публицистический характер – нормативный посыл мешает адекватному использованию в научном дискурсе приведенной авторами фактуры. Труд же О.А. Куприянова имеет совершенно иной характер – он сформирован в рамках истинно научного подхода, что позволяет полноценно использовать выкладки автора.

Далее: антропологический подход, плодотворно примененный автором в данном диссертационном исследовании, сейчас быстро становится одним из самых популярных в общемировом контексте. Таким образом, работа О.А.Куприянова соответствует самым мощным нынешним мировым тенденциям в изучении систем средств массовой информации и основных медиаэффектов.

Таким образом, мы высоко оцениваем научную смелость автора, который применил сравнительно новый научный подход в исследовании столь значимого феномена медиапространства. Мы абсолютно уверены, что полученные автором результаты можно активно использовать в дальнейшей научной работе как при разработке и программировании эмпирических исследований, так и при создании новых концептуальных, теоретических построений и обобщений.

Это обуславливает не только **теоретическую** значимость работы О.А. Куприянова, но и ее **практическую** пользу. Так, выкладки автора могут быть чрезвычайно полезны при создании концепций как телеканалов, так и отдельных телепрограмм. Они могут с успехом применяться и при описании форматов конкретных программ, создаваемых по канонам антропологической модели (пусть и столь редко реализуемой в настоящее время).

Также несомненен и потенциал внедрения многих разработок О.А.Куприянова в учебный процесс: например, при создании отдельных спецкурсов/спецсеминаров, подготовке занятий в рамках курсов по телевизионной журналистике и пр.

Композиция диссертационной работы О.А. Куприянова достаточно логична и сбалансирована. В первой главе – «Теоретическое обоснование модели взаимодействия телеведущего и аудитории» - автор разрабатывает собственный концептуальный подход, использованный при организации дальнейшего эмпирического исследования.

Так, автор совершенно обоснованно замечает, что «задачей антропоцентрической модели взаимодействия с аудиторией является утверждение стандартов взаимодействия, при которых суггестивные свойства медиа направляются на развитие критического восприятия, способствуют развитию когнитивных способов восприятия информации» (см. с. 29). Также сложно спорить с утверждением О.А. Куприянова о принципиальности наличия субъектности всех участников коммуникации и диалогических отношений между ними при формировании антропоцентрической модели.

Мы полагаем принципиально важным, создающим научный контекст, следующий вывод автора: «Антропоцентрическая модель коммуникации... позиционируется как теоретическая и практическая модель, имеющая в своем основании именно культурные традиции и потому претендующая на формирование модели взаимодействия в таком новом в историческом смысле средстве массовой информации, как телевидение» (см. с. 72).

Несмотря на некоторые замечания, которые будут высказаны ниже, мы достаточно высоко оцениваем уровень теоретической проработки вопроса, продемонстрированный О.А. Куприяновым в Главе 1 данного диссертационного исследования. И – повторимся – принципиально важно то, что эта теоретическая работа позволила создать полноценный фундамент для эмпирической части, представленной в Главе 2 диссертационного

исследования («Анализ практики взаимодействия телеведущих и аудитории на российских телеканалах»).

Автор де-факто проводит редкое в отечественном научном дискурсе полноценное исследование телевизионного контента в рамках качественной парадигмы *cultural studies*, фиксируя наиболее важные практики взаимодействия федеральных каналов (а если быть более точным, то отдельных телепрограмм) с аудиторией.

О.А. Куприянов не только выбирает редкую научную парадигму, но и проводит на ее базе полноценное эмпирическое исследование, давшее достойные, валидные результаты, – что также не так часто встречается в отечественной науке, привыкшей называть качественными исследованиями квазинаучные «мониторинги» и «фрейминги».

Наиболее интересная часть работы, с нашей точки зрения, – изучение программ политической тематики, давшее весьма любопытные результаты. См. напр: «В телепрограммах политической тематики вещатель устанавливает конфронтативный дискурс, в рамках которого реализуется победа его точки зрения над оппонентами. Роль аудитории заключается в легитимизации этой победы, ее верификации путем различных форм голосования, обеспечения эмоциональной поддержки с помощью аплодисментов, текстовых сообщений (СМС)» (с. 171). Впрочем, остальные блоки также важны и гармонично встроены в общий контекст работы.

В целом же, сложно спорить с выводом О.А. Куприянова о том, что «существующая на рассмотренных телеканалах модель взаимодействия телеведущих с аудиторией, которая есть по сути предложение вещателя относительно общественного статуса, образа жизни и действий гражданина, приводит к редукции смыслов, не организует аутентичную коммуникацию в обществе» (с. 178).

Мы высоко оцениваем как общий методологический подход, так и исследование, проведенное автором, и всячески приветствуем включение его результатов в современный научный дискурс. Во многом эта работа –

действительно важный шаг в движении отечественной научной мысли, исследующей диалектику медиапространства.

Тем не менее, позволим себе выказать некоторые замечания, не влияющие, впрочем, на общее положительное впечатление от работы О.А.Куприянова:

- 1) Не выглядит требующим каких-либо доказательств Положение №1, выносимое на защиту диссертантом: «В теории не существует причин, по которым медиа не могли бы выполнять функцию полноценного посредника в организации коммуникации между всеми ее участниками». Зачем его выносить в качестве отдельного пункта – непонятно.
- 2) Несмотря на то, что автор де-факто выполняет свое исследование в рамках большого направления *cultural studies*, полноценного обзора/анализа работ, созданных в его рамках, не сделано. В то же время это было бы крайне полезно для данного диссертационного исследования.
- 3) При разработке теоретической части исследования автор чрезмерно увлекается материалом и отдается рефлексии с излишней страстью, что приводит к отходу от научного стиля изложения и иногда мешает восприятию материала. См. напр.: на с. 23 в первом абзаце встречается 4 (sic!) риторических вопроса. И подобных примеров много. Данный формат изложения материала более свойствен публицистическим, а не научным текстам.
- 4) При анализе эмпирического материала автор вполне корректно пользуется качественным инструментарием, апробированным в рамках *cultural studies*. Однако зачастую в презентации результатов «проскальзывает» применение количественных методов (см. напр. с. 93: «В программах второй группы – «60 минут» и «Место встречи» – участие ведущих снижается до 15-20 процентов времени. Это все равно представляется излишним, поскольку ведущие, которые по

формату программы задают вопросы экспертам, тем не менее говорят больше любого из них»). В то же время количественные исследовательские методы требуют серьезного – и, главное, иного по сравнению с качественными – описания: определения выборки, выявления ограничений и т.п. В работе же их полноценного описания не представлено.

Тем не менее, мы полагаем, что представленная нам на рассмотрение диссертация – важный, интересный и чрезвычайно полезный труд, который, как нам представляется, может быть хорошо встречен как индустрией, так и теоретиками. Автореферат диссертации и публикации автора в достаточной степени отражают основные положения работы.

Автореферат и диссертационное исследование отвечают требованиям «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительством РФ № 842 от 24.09.2013г. (в редакции от 28.08.2017), и паспорту номенклатуры специальностей научных работников по специальности 10.01.10 – журналистика.

Автор Олег Алексеевич Куприянов заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Вырковский А.В. _____

Доктор филологических наук,
доцент кафедры теории и экономики СМИ
факультета журналистики ФГБОУ ВО
«Московский государственный университет
имени М.В.Ломоносова»

«01» октября 2019 г.



ЗАВЕРЯЮ
КАНЦЕЛЯРИЕЙ
АЛЕКСЕВИЧ И.В.