

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. ректора ФГБОУ ВО «Тверской
государственный университет»,
доктор филологических наук,
профессор Л.Н. Скаковская



2019 года

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

о диссертации Олега Алексеевича Куприянова «Модели информационного взаимодействия российских федеральных телеканалов и аудитории», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика

Актуальность исследования определяется задачами развития телевидения в условиях цифровой революции, которая привела к появлению колоссальных возможностей для горизонтальных коммуникационных связей между любыми участниками. Важнейшей характеристикой новой медийной реальности является имманентно присущая ей интерактивность, прямое взаимодействие акторов друг с другом и формирование на основе этого информационной и мировоззренческой картины мира у участников коммуникации. Традиционные СМИ и телевидение, остающееся наиболее популярным из них, стоит перед вызовом освоения новой медийной реальности. Организация прямого взаимодействия с аудиторией, являющееся темой диссертационной работы, является одной из важных задач телевидения с целью сохранения своей аудитории в цифровом мире. Тем более, что как показывают последние социологические исследования, количество людей,

называющих телевидение в качестве основного источника информации, а также доверие к нему постепенно падает.

Диссертационная работа представляет собой законченное и самостоятельное исследование модели взаимодействия основных российских федеральных телеканалов и аудитории в сезоны 2016/2017 и 2017/2018 годов раздельно по телепрограммам общественно-политической, социальной, культурной и развлекательной тематикам. Автор использует структурный и системный анализ медиапространства и концепций телепрограмм, контекстуальный анализ текста и контент-анализ, с помощью которого выявляются дискурсы коммуникации и используемые телеканалами модели коммуникации с аудиторией.

Научная новизна работы заключается в том, что, выделив прямое взаимодействие телеведущего и аудитории как отдельный предмет исследования, автор исследует его в контексте общей теории медиа, теоретических работ отечественных и зарубежных ученых, а также анализа конкретных выпусков телепрограмм.

Практическая ценность работы заключается в том, что диссертант на основе сформулированных им проблем во взаимодействии телевидения и аудитории, предлагает в качестве гипотезы антропоцентрическую модель построения такого взаимодействия, формулирует ее основные принципы – как в теоретическом аспекте, так и на практическом уровне построения концепции и сценария телевизионной программы.

Первая глава посвящена формулированию теоретической основы, как точки опоры в обосновании принципиальной возможности медиа выступать в качестве организатора коммуникации, обеспечивающей субъектность ее участников. О.А. Куприянов выдвигает аргументы против скептицизма в отношении установления медиа адекватной коммуникации, содержащегося в трудах Н. Лумана (проблема посредника, посредничество техники и самореференция) и Н. Хренова (имитация коммуникации на телевидении), развивая идею том, что указанные исследователями сложности носят не

имманентный характер, а связаны с применительной практикой и качеством исполнения. Любое произведение искусства, по мнению автора, можно рассматривать как имитацию реальности, но именно искусство создает мощные возможности осмысления реальности. И любое произведение искусства медийно. Такие построения приводят диссертанта к мысли, что «организация полноценной коммуникации ТВ и аудитории по крайней мере на уровне теоретической постановки задачи не может быть отвергнута» (с 25). И основную сложность представляет собой определение того, какое именно взаимодействие, какая коммуникация могут считаться полноценными и на каких принципах они должны быть для этого построены.

К достоинству диссертационного исследования можно отнести то, что автор на основе положений М. Бахтина о природе и сущности диалога формулирует в втором параграфе первой главы критерии предлагаемой им антропоцентрической модели взаимодействия телевидения и аудитории, которые должны преодолевать указанную проблематику функционирования медиа в качестве организатора коммуникации, а также актуальные проблемы современного российского телевидения, связанные с зависимостью от позиции владельца (государственная власть) и коммерческой мотивации. Однако по крайней мере в композиционном отношении выводы относительно влияния указанных мотиваций на конкретный телевизионный продукт и организацию в нем взаимодействия с аудиторией, следовало бы сделать после конкретного анализа телевизионных программ, который предпринят во второй главе.

Анализ телепрограмм предваряется формулированием и обоснованием основных критериев, по которым он будет проводиться с целью определения роли аудитории, привлекаемой телевизионными каналами в своих программах. Автор дает обзор идей, классификаций российских и зарубежных исследователей и на конкретных примерах телепрограмм аргументирует свою точку зрения, почему выдвигаемые ими виды, роли аудитории, способы взаимодействия не дают полного представления о сути организуемой

коммуникации с точки зрения поставленных в исследовании задача - определения модели коммуникации и представлении телеканалов о своей аудитории.

Вторая глава диссертационного исследования посвящена анализу конкретных телевизионных телепрограмм. Автор дает подробную ретроспективу применения различных по форме и содержанию телепрограмм с участием аудитории, начиная с советского телевидения до 2010 годов. Основной вывод в том, что характер и объем привлечения аудитории сильно разнятся в различные периоды отечественной истории в зависимости прежде всего от позиции владельца телеканалов и преобладающих в обществе настроений. Интересы зрителя носят вторичный характер, поскольку аудитория не рассматривается телеведущими как субъект коммуникации. Ее права и статус не обеспечены регуляциями в сценарных концепциях телепрограмм.

Приступая к подробному анализу телепрограмм сезонов 2016/2017 и 2017/2018 годов О.А. Куприянов формулирует критерии, по которым возможно определить сущность используемой модели взаимодействия телеканалов и аудитории. За основу берутся идеи, выдвинутые П. Бурдые и уместно добавлены собственные критерии, основанные на телевизионной практике автора (с. 89). Подробный анализ, занимающий объем около 80 страниц текста, выполнен с помощью филологического анализа текста ведущих телепрограмм при постановке темы, при коммуникации с представителями различных видов аудитории, придерживающихся разных взглядов в дискуссионных программах, а также хронометрирования времени выступления участников, определения характера и задач привлечения различных видов аудитории на телепрограмму. При этом выдвинутые автором принципы антропоцентрической модели используются так же в качестве «эталонных» для оценки модели взаимодействия используемой по факту. Подход на основе четко обозначенных и обоснованных критериев позволяет абстрагироваться не только от симпатий или антипатий к участникам

телепрограмм, но и в целом от особенностей актуальной общественно-политической ситуации в стране, концентрируясь на научном решении поставленной задачи изучения модели взаимодействия телеканалов и аудитории.

Выводы об используемой основными федеральными телеканалами модели взаимодействия с аудиторией разнятся в зависимости от тематики телепрограмм. Однако в целом соискатель на основе изучения телевизионного контента приходит к выводу о доминировании модели взаимодействия с аудиторией, которую он обозначает как служебную, в которой роль и место привлекаемой для взаимодействия аудитории определяется исключительно задачами и интересами самого телеканала. В политических программах с участием аудитории телеканалами установлен конфронтативный дискурс с целью более убедительного продвижения точки зрения владельца телеканала. В телепрограммах социальной тематики та же служебная модель служит другой цели – коммерческой в интересах самих телеканалов. В культурных и развлекательных телепрограммах модель взаимодействия определена автором как антропоцентрическая, однако с целым рядом существенных оговорок.

Представленная диссертантом концепция очевидно не может претендовать на полное и точное определение такого сложного и многоуровневого процесса как взаимодействие телеканалов и аудитории, а также используемых в этом процессе моделей. Однако представляется, что в работе достаточно точно определена основная проблематика и предложены представляющие интерес как с практической, так и теоретической точки зрения решения.

К достоинству представленной работы можно отнести попытку автора предложить практическое решение поставленной им проблемы организации телеканалами взаимодействия с аудиторией на основе признания ее субъектности, ориентируясь на интересы личности и общества. Такое решение может, по его мнению, лежать в основе заключения отдельной конвенции,

регулирующей взаимоотношения телеканалов и аудитории при организации взаимодействия.

Представленная к защите диссертация является актуальным самостоятельным и серьезным исследованием, в котором соединен как практический опыт соискателя, так и серьезный научный подход. Работа соответствует предъявляемым квалификационным требованиям на соискание ученой степени кандидата филологических наук.

Вместе с тем в диссертации есть недостатки, о которых необходимо сказать. Выводы относительно общей мотивации телеканалов, которая оказывает решающее влияние на модель взаимодействия, делаются в первой главе до анализа самой телепродукции в главе второй. Целесообразно было бы применять обратную последовательность.

В исследовании отсутствует указание на то, каким образом из всего цикла телепрограмм были выбраны те или иные выпуски, подробный анализ которых приводится в работе. Отсутствие ясного указания на метод всегда дает место сомнениям относительно объективности исследования.

Размышления и утверждения автора в первом параграфе первой главы о смысле романа В. Гюго и сущности алхимии, хотя и показывают некоторую эрудицию автора, но не имеют прямого отношения к теме диссертационного исследования.

Следует подчеркнуть, что высказанные замечания не являются концептуальными и носят рекомендательный характер, и цель их – наметить перспективы для будущего исследования. Диссертационная работа представляет собой законченное самостоятельное исследование, обладающее научной новизной, теоретической и практической значимостью и практическим потенциалом.

Автореферат и опубликованные работы, включая публикации в изданиях, рекомендуемых ВАК, отражают основные положения диссертации, прошедшей необходимую апробацию.

Диссертационное исследование «Модели информационного взаимодействия российских федеральных телеканалов и аудитории», представленное к защите, соответствует требованиям и критериям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, установленным в «Положении о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.0.2013 г. N 842 (в редакции от 28.08.2017), и паспорту номенклатуры специальностей научных работников по специальности 10.01.10 – журналистика. Автор диссертационной работы – Куприянов Олег Алексеевич – заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Отзыв подготовлен доктором филологических наук, профессором Е.Н. Брызгаловой, обсужден и утвержден на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ТвГУ. Протокол № 1 от 16.09.2019.

Зав. кафедрой журналистики, рекламы
и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Тверской
государственный университет»,
доктор фил. наук, профессор

Е.Н. Брызгалова

Подпись Е. Н. Брызгаловой
удостоверяю
Ведущий специалист по
кадрам А. А. Новикова



Адрес организации: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет»,
170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Желябова, д.33
Тел.: +7 (4822) 32-15-50; e-mail: rector@tversu.ru; сайт организации: <http://university.tversu.ru>