

«УТВЕРЖДАЮ»

Проектор по научной и инновационной деятельности

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»

д. техн. н., проф.

И.С. Константинов

«11» «января» 2016 г.

О Т З Ы В

ведущей организации ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» о диссертации Ивана Михайловича Шевелевского «Информационно-аналитические тексты в деловом медиадискурсе (на материале онлайн-версий российских СМИ)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика (филологические науки) (научный руководитель – д.филол.н., проф. Е.Н. Брызгалова)

Кандидатское исследование И.М. Шевелевского «Информационно-аналитические тексты в деловом медиадискурсе на материале российских СМИ)» представляется новаторским по своей сути и поднимаемой в нем проблематикой отвечает как научной, так и общественно-политической повестке дня. К этой проблематике сегодня обращаются специалисты в самых разных областях научного знания – журналистики, массовых коммуникаций, политологии, социологии, экономики. В работе, с одной стороны, рассматривается проблема «новых медиа», современных визуальных и коммуникационных технологий, а с другой – проблема мирового экономического и политического кризисов и, как следствие, проблема кризисной картины мира, создаваемой в сознании наших современников посредством масс-медиа. Технологические процессы, развернувшиеся в сфере «новейших медиа», мобилизовали исследователей на поиск концептуальных подходов к анализу содержания информационно-аналитического контента, адресованного широкой аудитории реципиентов, испытывающих необходимость в конкретных рекомендациях, регламентирующих поведение индивида в кризисной ситуации.

Интерес диссертанта к проблеме деловых масс-медиа обусловлен также тем, что они играют важнейшую роль в регулировании многих социально-политических и экономических процессов. Тем более значительным представляется тот факт, что диссертант, основываясь на анализе опыта медиатизации конкретных экономических и политических событий, выявляет реальные возможности отдельных масс-медиа в выстраивании дискурсивных отношений в рамках делового дискурса.

Основной посыл работы И.М. Шевелевского заключается в том, что деловой медиадискурс является важнейшим инструментом формирования представлений аудитории о сложных процессах в экономико-политической сфере. Деловой медиадискурс не только служит источником информации об этих процессах, но и содействует поискам выхода из кризисной ситуации, заявляя некое прагматическое знание. При этом, заметим, автор диссертационного исследования рассматривает деловые масс-медиа в широком контексте аналитико-философской мысли современного общества, выявляя характерные для его субъекта способы восприятия информации, модели её интерпретации.

Деловой медиадискурс в работе И.М. Шевелевского позиционируется в том числе как сфера выработки новых принципов формирования объективно-субъективного взгляда на действительность, не сводящихся к модели поставки и потребления информации. В диссертации предложена система теоретически обоснованных подходов к оценке реальных и потенциальных возможностей деловых масс-медиа как о принципиально значимой составляющей медиадискурса.

Научная новизна и актуальность диссертационного исследования И.М. Шевелевского, таким образом, не вызывает сомнений. Оно нацелено на решение актуальной научной проблемы, связанной с усложняющейся речевой практикой современных масс-медиа в новых условиях политической и экономической жизни общества.

В первой главе диссертации «Система жанров делового медиадискурса» рассматриваются вопросы жанровой специфики медиатекстов, представленных в онлайн-версиях деловых изданий. Диссертант апеллирует к различным исследованиям по данной проблеме и находит собственные подходы к жанровой дифференциации медиатекстов, с учётом их специфики, предполагающей создание «объёмного» текста.

Представленный в данной главе содержательно-дискурсивный анализ медиатекстов информационно-аналитических и проблемно-аналитических жанров позволил диссертанту прийти к выводу о том, что авторы медиатекстов используют манипуляционные технологии, которые не только не вступают в противоречие с характеристиками жанра, но и в значительной степени обусловлены ими (параграф 1.1. С. 15-19).

Показателен, с точки зрения выявления дискурсивных связей, параграф, посвящённый жанру прогноза. Действительно, прогноз сегодня является одним из самых востребованных медиажанров, отвечающих запросам аудитории, нуждающейся в конкретных рекомендациях, рассчитанных на ближайшую и отдалённую перспективу. Диссертант аргументированно показывает, что в прогнозе задействованы все дискурсивные стратегии информационно-аналитического медиатекста, рассчитанные на активное воздействие на реципиента, побуждающие его сделать конкретные выводы. В работе убедительно доказано, что именно этот жанр стимулирует аудиторию к построению диалоговых отношений как с самим изданием, так и с властными институтами, способствуя мониторингу настроений реципиентов. Особое место в данной главе уделено процессам визуализации как необходимой составляющей делового медиадискурса.

Автору диссертационного исследования удалось показать роль фотоиллюстрационного материала в контексте жанров, претендующих на характеристику «объективные», аналитически освоить большой объём материала, систематизировать его, выявить общие модели формирования мультимедийного информационно-аналитического медиатекста.

Диссертант предложил собственные методики анализа разнопланового материала, выстраивая его в соответствии с задачей показать дискурсивные связи информационно-аналитического медиатекста согласно с его характеристиками: тематико-содержательными, жанровыми, технологическими.

Во **второй главе** диссертации *«Числовые данные в жанрово-смысловом пространстве информационно-аналитического медиатекста»* представлен анализ различных способов интерпретации и репрезентации числовых данных в информационно-аналитических медиатекстах. Весьма продуктивным с позиций построения единой диссертационной концепции является подход автора исследования к рассмотрению числового материала как жанрового признака медиатекстов и как проявления философии массового общества. В главе приведён тщательно систематизированный практический материал, подтверждающий выводы диссертанта о функции числовых данных, размещённых в информационно-аналитическом медиатексте, о смыслообразующем значении макроконцепта «деньги», об актуальности жанра рейтинга для современного массового читателя. Отметим также, что представленный в работе анализ жанра рейтинга имеет конкретные исследовательские перспективы и может стать предметом отдельного научного исследования.

В этой части диссертации, как, впрочем, и во всей работе, И.М. Шевелевский сумел продемонстрировать научную глубину своих рассуждений, основанных на грамотном использовании возможностей дискурс-анализа. В частности, анализируется процесс репрезентации числового материала в авторском тексте, заголовочном комплексе, макроконцепте «деньги», в инфографике, исследуется функция числительных в медиатексте. Способы апелляции к статистическому материалу рассматриваются автором в соотнесённости с концепцией конкретного издания, в системе способов воздействия на аудиторию, в том числе манипуляционного.

Заметим при этом, что в данном фрагменте работы уместно было бы, на наш взгляд, обратить внимание на результаты диссертационного исследования Н.Н. Хухрянской «Квантитативные номинации в текстах печатных

СМИ» (Белгород, 2009), выполненного под руководством д.филол.н., проф. М.Ю. Казак.

Третья глава диссертационного исследования *«Автор и адресат в информационно-аналитическом медиатексте»* посвящена изучению стилистических и смысловых характеристик информационно-аналитического медиатекста, которые формируются под воздействием категорий автора и читателя. И.М. Шевелевский справедливо отмечает, что информационно-аналитический медиатекст имеет такую характеристику авторской позиции, как полифоничность, обусловленную необходимостью привлечь мнения экспертов по проблеме, а также статистические данные из разных источников и т. д.

Диссертант аргументированно доказывает, что категория автора непосредственно связана с жанровыми характеристиками медиатекста, который требует от него создания эффекта объективного информирования по проблеме, исключающего «присутствие» субъективно-речевого плана автора. В то же время диссертант отмечает, что фигура автора как реальной личности, как «творческой индивидуальности» по-прежнему интересует аудиторию. Именно этим обусловлено стремление некоторых интернет-изданий (таких, например, как «Slon Magazine») отдельным блоком давать информацию о каждом авторе.

Между тем, как нам представляется, сам И.М. Шевелевский в данном разделе диссертационной работы незаслуженно мало внимания уделяет категории реального автора (приводит мало конкретных имен, не сообщает необходимой для подтверждения отдельных положений исследования информации). Полагаем, что этому вопросу следовало бы все же уделить больше внимания.

В разделах, посвящённых категории читателя, И.М. Шевелевский представляет весьма интересный и концептуально значимый материал. Категории «образ читателя» и «реальный читатель» интерпретируются автором диссертации как важнейшие составляющие делового медиадискурса. Диссертант

демонстрирует связи концептуальных установок изданий с возможностями и потребностями своей читательской аудитории, нацеленность изданий на выявление характеристик реального читателя, на формирование аудитории единомышленников.

Отмечая перспективность подхода к выявлению типологических характеристик реального читателя, основанного на анализе читательских комментариев, полагаем, что более развернутой аргументации требует сформулированное диссертантом положение о том, что ограничения читателей в доступе к комментированию должны рассматриваться как способ дифференциации аудитории. В связи с этим утверждением диссертанта возникает также вопрос: только ли этим руководствуется издание, когда ограничивает возможности комментирования?

В целом следует признать, что данная часть работы отвечает общему замыслу диссертационного исследования и демонстрирует способность его автора к аналитической интерпретации материала на основе теоретических положений современной журналистики.

В «**Заключении**» диссертации содержатся выводы исследования и определяются его дальнейшие перспективы.

Библиографический список, включающий 229 научных работ специалистов разных сфер научного знания, может быть признан достаточным и охватывающим все аспекты диссертационного исследования.

Основные положения работы И.М. Шевелевского и направления научного поиска в полной мере отражены в публикациях автора (из 9 статей 3 напечатаны в журналах, рекомендованных ВАК РФ) и автореферате. Публикации полностью соответствуют заявленной специальности 10.01.10 - журналистика.

К недостаткам работы (которые, заметим, не носят принципиального характера) можно отнести то, что в ней нет Приложения, в котором были бы приведены материалы, отражающие процессы визуализации, материалы по инфографике, комментарии читателей и т.д.

Таким образом, есть все основания утверждать, что диссертационное исследование И.М. Шевелевского «Информационно-аналитические тексты в деловом медиадискурсе на материале российских СМИ)» содержит выстроенную научную концепцию, получившую своё отражение как в структуре диссертации, так и в её содержании. Концептуальные установки теоретико-методологического характера, цели и задачи исследования, заявленные во «Введении», полностью реализованы в трёх главах диссертации, каждая из которых освещает определённые характеристики информационно-аналитических текстов, включённых в деловой медиадискурс.

Представленная к защите диссертация И.М. Шевелевского полностью соответствует заявленной специальности и может рассматриваться как самостоятельное, концептуальное исследование, имеющее определённую научную перспективу. Анализ теории и практики информационно-аналитического медиатекста позволил автору работы обосновать ряд практических рекомендаций, адресованных специалистам, специализирующимся на создании, размещении и распространении медиатекстов с конкретной жанровой доминантой, а также специалистам в области мониторинга общественного мнения.

Выводы и рекомендации соискателя обладают практической значимостью и могут быть использованы в практике преподавания, в процессе подготовки как журналистов, так и других специалистов, в профессиональную компетенцию которых включается осознание значимости масс-медиа как формы «общественного диалога» и важнейшего фактора интеграции современного общества.

Из сказанного можно заключить, что диссертационное исследование И.М. Шевелевского «Информационно-аналитические тексты в деловом медиадискурсе (на материале российских СМИ)» является законченной научной работой, самостоятельной и перспективной, направленной на решение актуальных задач развития отечественных масс-медиа.

Диссертационная работа соответствует требованиям п. 9 и 10 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 года № 842 и паспорту специальности 10.01.10 – журналистика, а ее автор заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика (филологические науки).

Отзыв подготовлен профессором, доктором филологических наук, заведующим кафедрой журналистики ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» Андреем Васильевичем Полонским, обсужден и утвержден на заседании кафедры журналистики ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (протокол № 6 от 11 января 2016 г.).

Заведующий кафедрой журналистики
ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
д.филол. н., проф.

А.В. Полонский

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», 308015, г. Белгород, ул. Победы, д.85, тел. (8) 4722301187, Телефон: (4722)301211, Факс: (4722)301012, e-mail: info@bsu.edu.ru, сайт <http://www.bsu.edu.ru/bsu/>

