

РЕЦЕНЗИЯ

на магистерскую диссертацию

Пушкаша Александра Юрьевича

«ВИЗУАЛЬНАЯ АТТРАКЦИЯ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-СМИ МЕГАПОЛИСА»

**Н. рук. – Бодрунова Светлана Сергеевна, канд. полит. наук, доцент
Дизайн в СМИ**

Автор представленной к защите магистерской диссертации посвящает работу доказательству существования зависимости визуального облика издания и критериев, которыми руководствуется адресат при выборе СМИ как источника информации. А. Ю. Пушкаш определяет визуальную аттракцию как концептуальную характеристику СМИ (имеющее такое же значение, как и содержание), обусловленную социально-психологическими установками. При этом решающим для индивида, включенного в процессы массовой коммуникации, является характеристика среды, в которой происходит его существование – пространства современного мегаполиса.

Вопросы, поставленные в исследовании, и проблемы, к разрешению которых приступает автор, свидетельствуют о несомненной актуальности диссертации. Актуализация проблемы выстраивается на разных уровнях: личностном, социокультурном и прагматическом, связанным с требованиями необходимости эффективного функционирования СМИ в условиях «обесценивания информации», «информационной анархии» и рыночной экономики. Прагматический, прикладной аспект исследования делает его ценным для практики функционирования сетевых СМИ, представляет собой явное достоинство представленного к защите сочинения.

Значимые преимущества представленной к защите работы состоят в предложении и обосновании типологии сетевых ресурсов, в рамках которой автор выделяет: электронные версии традиционных СМИ, конвергентные СМИ (с существованием отдельной структуры веб-редакции), собственно сетевые СМИ, гражданские медиа и блоги (стр. 34).

К достоинствам работы также следует отнести анализ эффективности и ее критериев в рамках различных концепций коммуникации (стр. 73-74). Эффективность сетевых СМИ автор предлагает оценивать как на основании статистических данных, так и по наличию или отсутствию реакции на визуальные образы. А. Ю. Пушкаш отмечает, что «эстетическое или психологическое удовлетворение читателя как эффект коммуникации, возможность причислить визуальный образ к категории, например, эстетического, соответствие дизайна требованиям юзабилити – в этих контекстах коммуникацию можно считать эффективной» (стр. 77). В представленной диссертации привлекает отсутствие установки на характерный для многочисленных работ по медиадизайну «формальный фундаментализм»: автор признает значение визуальной аттракции для формирования так называемой «ранней аудитории», лояльной же «пользователь делает выбор в пользу текстовой информации и ее качества» (стр. 91). Тем не менее, привлечение читателей остается одной из стратегических задач для современных медиа, поэтому визуальная, эмоциональная и

эстетическая привлекательность имеет не меньшее значение, чем содержательные аспекты медиатекста.

Автор демонстрирует высокую степень обоснованности положений и выводов сформулированных в диссертации. Тема исследования, как и используемые подходы к типологии сетевых ресурсов, анализу эффективности и визуальных факторов, оригинальны и самостоятельны, вклад автора в изучаемую проблему и методологическое значение работы можно оценить как высокое.

В диссертационном исследовании наиболее ценным представляется содержание второй главы, посвященной требованиям читателей к внешнему облику СМИ, принципам привлекательности медиа с эстетической и психологической точек зрения, эффективности аттракции, формируемой графическими и композиционными элементами изданий.

Достоинством диссертации является привлечение и анализ эмпирической информации, полученной в ходе опроса пользователей и материалов сетевых ресурсов. Данное обстоятельство можно рассматривать как проявление научной новизны, во-первых, потому что используется новый эмпирический материал, во-вторых, из-за применения новой типологической модели к его анализу. Полнота, достаточность и достоверность исследования подтверждается используемым эмпирическим материалом и обоснованием методологии и методики.

Недостатки представленного к защите сочинения имеют характер рекомендаций и замечаний к оформлению работы.

Основные понятия, используемые в диссертации, следовало бы интерпретировать в начале работы, дать «рабочие» определения, если не во Введении, то хотя бы в первой главе. Анализ эффективности содержательно отнесен ко 2-й главе, явление аттракции обосновывается на 55 странице (в начале 2-й главы). Изучение аттракции в контексте медиаповедения представляет важное и интересное направление в исследованиях СМИ. В представленной работе дана лишь медиаобусловленная характеристика данного явления, точки психологического анализа только обозначены. Классическая психология трактует аттракцию как установку на другого человека, данная установка не всегда эмпатическая (на стр. 70 автор пишет, что «аттракция формируется в результате положительного переживания»), она может носить и рациональный, прагматический характер, вовлекая людей в совместную деятельность. Психологическое обоснование аттракции в медиасфере следует строить на основе антропоморфизма, не столько в отношении конкретных авторов или коммуникаторов, сколько в восприятии цельного медиапродукта.

С отмеченным обстоятельством связано и то, что анализ поведения аудиторий раскрывается в работе на основе технологических характеристик того или иного канала информации (стр. 41-50). Данный подход явно не достаточен для изучения социально-психологических установок, обусловленных социальными статусно-ролевыми характеристиками адресатов информации и их мотивации для обращения к медиа.

В исследовании не использованы принципиальные для раскрытия темы работы: Мануэля Кастельса, Йована Курбалия «Управление Интернетом», В. В. Кихтан «Информационные технологии в журналистике», С. Г. Машковой «Интернет-журналистика», К. М. Подурец «Журналист в интернете», В. Г.

Яснецкой «Электронные издания», «Сетевые СМИ российского мегаполиса», «Современный российский медиаполис» (две последние книги изданы на факультете журналистики СПбГУ, где выполнялась работа).

Оформление списка литературы не соответствует требованиям: иностранные источники предваряют общий перечень.

По объему (97 стр. со списком литературы) сочинение не достигает формальных требований. В тексте присутствуют опечатки.

В целом же представленная работа характеризуется обоснованностью теоретической части материала и полнотой методологических описаний, точностью формулировок, структурной и композиционной целостностью. Представленное к защите сочинение А. Ю. Пушкаша, в основном, соответствует требованиям, предъявляемым к качеству магистерской диссертации, и может быть оценено положительно.

Рецензент



доктор полит. наук, проф.
кафедры теории журналистики
и массовых коммуникаций
СПбГУ И. Н. Блохин