

ОТЗЫВ

официального оппонента о магистерской диссертации Чмель Ирины Сергеевны на тему «Культурная матрица» в системе средств манипулирования современного периодического издания», профиль магистратуры – «Пресса: технологии эффективного функционирования»

Магистерская диссертация И.С. Чмель посвящена важной теме современных оказания влияния на читателя, в том числе и манипулирования, которое осуществляет периодическое издание. Магистрант справедливо отмечает, что «ценности жизни, как стержневые структуры бытия, переосмысляются и деформируются» (С. 5), при этом средства массовой информации ищут новые формы воздействия на своего читателя, предлагая ему модели жизни в виде построения концептов.

Актуальность темы данной магистерской диссертации обусловлена несколькими обстоятельствами. Во-первых, ролью процесса манипулирования в медийном пространстве; во-вторых, всевозрастающим интересом к концептуализации подаваемой информации и постоянному рождению новых концептов, трансформации уже существующих; в-третьих, необходимостью изучения особенностей восприятия современного читателя. Все это делает работу востребованной.

Анализируемый круг вопросов достаточно широк, И.С. Чмель исследует в начале работы теоретические подходы к определению понятий «культурная матрица» и «концепт», а также специфику существующих классификаций механизмов манипуляции. Говоря о том, что этих механизмов много, автор старается выделить наиболее эффективные, наиболее часто используемые в современной медийной среде. В диссертации рассматриваются также лексические аналоги базовых концептов российской культурной матрицы, которые подаются автором как новые.

Структура диссертации логична, это одно из достоинств работы, подчинена задачам исследования.

Новизна и научная значимость положений диссертации представлена результатами изучения взаимосвязи концептуальной сферы и картины мира, транслируемой с помощью средств массовой информации. Выявлена смысловая, лексическая специфика влияния на читателя.

К еще одному достоинству работы следует отнести степень ее научной проработанности, так как автор сумел изучить и экстраполировать на собственные исследования труды довольно большого количества авторов; многие имена для обучающихся по специальности «Журналистика» становятся открытием, а не простым способом повышения квалификации: П. Абеляр, С. А. Аскольдов, М. Фасмер, Н. Д. Арутюнова, А. Вежбицкая и др. При этом освоен и обширный пласт известной и необходимой для раскрытия темы литературы – от трудов Д.С. Лихачева до учебных пособий Е. Доценко и А. кара-Мурза.

Эмпирической базой исследования охватывает годовую подшивку журнальной периодики за 2013 год, что тоже является хорошим показателем для исследования концептов современных журналов.

Достоверность результатов обеспечена приведенными данными социологических опросов «Левада-Центра» и «ВЦИОМа» за 2009-2014 годы, которые были посвящены изучению ценностей и потребностей современного российского социума. Кроме того, автор работы делает своеобразный научный «срез» мнений публицистов о ценностях общества, так как анализирует произведения российских публицистов и ученых, посвященные наиболее актуальным проблемам современного общества.

Глава I «Концептуальная составляющая российского медийного пространства» опирается на словарные источники и справочную литературу. Магистрант разбирает понятия, основным среди которых является понятие «матрица», а затем применяет их для анализа текстов и мнений во второй и третьей главах.

Глава II «Медийная картина мира: механизмы трансформации концептов» раскрывает механизм действия концепта в медиасреде, его манипулятивную сущность. Концепт, как видно из рассуждений И.С. Чмель, изначально нацелен на формирование определённого общественного мнения, поэтому он не может быть объективным или чисто информативным.

Глава III «Механизмы формирования новых смыслов базовых концептов российского общества в современной периодической печати» содержит наибольшее количество параграфов, так как предлагает объяснение, почему и каким образом в российских СМИ наиболее часто используются самые популярные концепты – «власть», «богатство», «любовь», «цивилизация». Глава содержит доказательные примеры и цитаты из СМИ-произведений.

Поставленные диссертантом задачи в целом решены: обозначен перечень концептов, необходимых современным СМИ для воздействия на читателя, описаны наиболее значимые и часто встречающиеся; проанализирована концептосфера в соотношении с культурной матрицей общества, сделаны прогнозы о дальнейших путях развития публицистики как мощного средства воздействия на общественное мнение.

Замечания и пожелания.

1. В диссертации не объясняются подходы к типологии СМИ. Так, журнал «Огонек» называется в диссертации общественно-политическим, а журнал «Однако» - деловым аналитическим «глянцевым» журналом. Возможно, исследования текстов были бы более значимыми, если автор четко обозначил критерии типологии – деловая пресса, общественно-политическая и т.д. Позиционирование журнала на его обложке не всегда является объективным критерием для типологии.

2. Автор пишет, что для отбора концептов использовал данные докторской диссертации И. В. Ерофеевой «Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века)», аналитические работы петербургского писателя А. М. Столярова, словари, не объясняя при этом выбор указанных авторов в качестве экспертов.

Рекомендации.

1. Данные исследования могут быть полезны в Институте «ВШЖиМК» в качестве материала для практических занятий по дисциплине «Теория и практика массовой коммуникации», спецсеминаре «Психология воздействия в медиасфере» и др.

Магистерская диссертация Чмель Ирины Сергеевны представляет собой самостоятельное завершённое исследование, имеющее научное значение и практическую ценность, и в случае успешной публичной защиты может претендовать на высокую оценку.

Гришанина А.Н.,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета

19 мая 2014 г.

