

**Отзыв официального оппонента**  
о диссертации Маевской Анны Юрьевны  
*Глянцевый журнал в условиях глобализации массмедиа*  
*(российская практика),*  
представленной на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук по специальности  
10.01.10 журналистика.

Актуальность работы Анны Юрьевны Маевской объясняется повышенным интересом современной науки к проблемам массовой культуры и к процессам дифференциации изданий массмедиа в их борьбе за влияние на читательскую аудиторию. Определение роли каждого сегмента системы СМИ в формировании сознания и поведения различных социальных слоёв несомненно **актуально** и востребовано научной общественностью.

Диссертантка ставит целью своей работы выявить механизм воздействия текста глянцевых журналов на массовую аудиторию( стр.10 ). Какую она избирает стратегию для достижения этой цели?

Заслуживает одобрения желание А.Ю.Маевской найти истоки этого феномена в истории отечественной журналистики. Поэтому первую главу исследования диссертантка посвящает историческим и социальным предпосылкам появления глянцевого журнала в России.

К прообразам современных глянцевых журналов, опираясь на работы предшественников, диссертантка относит первые русские журналы Н. И. Новикова, Н. М. Карамзина и В. И. Огорокова, , которые заложили некоторые тематические и типологические основы женской прессы: целевое назначение (воспитание и развлечение), особенности тематики (чувственно-эмоциональная сфера), структура и оформление («модные» картинки, рисунки).Именно в направленности упоминаемых в диссертации журналов XVIII века преимущественно на женскую аудиторию А.Ю.Маевская видит основание для генетической связи их с

современными глянцевыми журналами .

Логически оправданным нам кажется рассмотрение *функциональных* особенностей глянцевых журналов (2 глава). Диссертантка стремится выявить типологические, жанровые, тематические характеристики глянцевого журнала и специфику медиатекста в изданиях данного типа.

Нам представляется удачным подробное рассмотрение во второй главе *эстетики повседневности* как отличительной особенности глянцевого журнала(с.80-86), выявление *концепта успеха* как определяющего содержательно-тематические предпочтения рассматриваемых изданий(с.93), а также описание интенциональных особенностей медиатекста, среди которых доминирует *стратегия манипулирования*, формирующая особую картину мира успешного человека. Диссертантка убедительно раскрывает содержание идеалоформирующей функции глянцевого журнала(с.75-76).

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживает во второй главе, раздел 2.5 «Жанровое ожидание аудитории глянцевых журналов»(с103-107), в котором представлены результаты проведённого автором диссертации исследования, целью которого являлось выявление отношения читателей к глянцевым изданиям. А.Ю. Маевская опросила 280 человек (74%-женщины; 25,4 % мужчины; возраст респондентов от 18-54 лет).

По мнению респондентов, советы и статьи в глянцевых изданиях помогают более внимательно относиться к внешности; увлечься здоровым образом жизни и спортом, более тщательно ухаживать за собой, следить за новинками косметики и косметологии; попробовать иной стиль одежды; внести изюминку в семейную жизнь(С.107). Однако приходится с сожалением отметить, что научная значимость полученных А.Ю. Маевской результатов исследования была бы намного выше, если бы в опросе участвовало *одинаковое* число мужчин и женщин. Тогда и вывод о предпочтениях журналов Cosmopolitan, «Караван историй», “Burda”

женщинами старшего возраста был бы объективно более достоверным.

Продолжая анализ стратегии исследования, избранной автором диссертации, остановимся на приоритетах российского глянцевого журнала в фокусе дискурс-анализа( 3 глава ,стр.110-190).

А.Ю.Маевская рассматривает такие устойчивые жанры глянцевых журналов, как «колонка редактора», «биография», история «мужчина и женщина». Диссертантка выделяет жанровое разнообразие в «колонке редактора»(полемиическая статья, эссе, заметка, образное высказывание). К сожалению, нам осталась непонятной жанровая специфика «образного высказывания» как самостоятельной жанровой единицы(с.124-125). Отнесение «образного высказывания» к отдельному жанру не представляется удачным.

С точки зрения отражения авторских интенций в текстах глянцевых журналов, А.Ю.Маевская анализирует особенности языковой объективации *феминности* и *маскулинности*, выделяя прежде всего тематический фактор(с.185-190). Нам представляется, что в этом случае необходим более подробный анализ и *стилистических* приёмов гендерной ориентации. Возможно, не столь значительное внимание к ним автора диссертации объясняется тем, что они недостаточно выпукло используются в анализируемых изданиях(ср.с.123-124).

Таким образом стратегия исследования, избранная А.Ю. Маевской, оказалась логически стройной и позволила отразить **новизну** диссертации, которая определяется тем, что в работе раскрыта содержательно-интенциональная модель медиатекста современного российского глянцевого журнала lifestyle и выявлен механизм реализации идеалоформирующей функции глянцевого журнала lifestyle.

К **основным результатам** рецензируемого исследования отнесём следующие:

1. Российские гляцевые журналы отражают все положительные и отрицательные стороны процесса глобализации. Внедряя в национальный контекст, они первые возвестили о приходе процесса глобализации в Россию.

2. Изучив контент гляцевых журналов, А.Ю.Маевская обнаружила, что одной из наиболее ярких функций гляцевых журналов идеалоформирующая функция гляцевых журналов, которая находит выражение в жанрах авторской колонки (письма редактора), «биографии», истории «мужчина и женщина».

3. Гляцевые журналы воздействуют на адресата с помощью особых стратегий, базирующихся на вторжении в самую важную для носителя массовой культуры, «человека потребляющего», категорию социальной реальности – повседневную жизнь.

4. Интенции информирования, воздействия и развлечения в медиатексте гляцевого журнала *lifestyle* направлены на создание основного перлокутивного эффекта – формирования у целевой аудитории представления об идеальном стиле жизни и стремления приблизиться к нему.

5. В креолизованном тексте гляцевых журналов обнаруживается особый механизм воздействия на адресата, объединяющий визуальное восприятие и тактильные ощущения, возникающие при прикосновении к страницам.

**Теоретическое значение** результатов исследования А.Ю.Маевской состоит в том, что они важны для определения места гляцевых журналов в типологии российских журнальных изданий. Уточняя научные представления о процессе формирования гляцевых журналов как проводников *гламура* и экономической потребительской идеологии в российское массовое эстетическое сознание, диссертация вносит вклад в историю журналистики, показывая, как в гляцевых журналах *lifestyle*

отражается новая система общественно значимых ценностей – ценностей гедонистически ориентированного общества потребления.

**Практическое значение** диссертации Маевской А. Ю. заключается в том, что основные выводы этого диссертационного исследования могут быть использованы в курсах по теории журналистики и речевому воздействию, в практике издания глянцевого журналов.

Таким образом, рассмотрев основные результаты, полученные А.Ю.Маевской, мы можем констатировать, что диссертация А.Ю.Маевской « Глянцевый журнал в условиях глобализации масс-медиа (российская практика)» является, самостоятельным и творческим исследованием, она полностью отвечает профилю диссертационного совета и паспорту специальности «Журналистика». Однако, помимо некоторых критических комментариев, высказанных по ходу анализа текста диссертации, мы считаем необходимым остановимся на нескольких размышлениях, которые, возможно, будут полезны диссертантке в дальнейшей работе над темой:

1.Прежде всего отметим нечёткость типологических характеристик каждого из рассмотренных в работе журналов «L'Offical», «Караван историй», «Burda», «Elle», «Cosmopolitan», «Men s Health», «SNC» .С нашей точки зрения, анализ жанров в 3 главе и тематических направлений во второй обнаружил одну линию различий между ними - только по гендерному признаку. В связи с этим возникает вопрос , насколько российские журналы близки к своим западным родственникам? Заимствовано только название или и общая концепция и содержательная структура? В чём состоит российская специфика каждого из анализируемых журналов?

2.Вызывает сомнение возможность синонимического сближения терминов *гламурный* , *глянцевый*, *женский* (с. 67)как типологических признаков.

3.В работе, к сожалению, нет Приложения, а в нём есть необходимость . Например , можно было бы поместить в Приложении полный текст

использованной анкеты (2-я глава) и анализ ответов на неё.

Высказанные замечания не снижают научной новизны, теоретической и практической значимости диссертации «Глянцевый журнал в условиях глобализации масс-медиа(российская практика)», которая содержит самостоятельное решение задач, поставленных автором, отвечает всем требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям и соответствует п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», а её автор Маевская Анна Юрьевна заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Автореферат и опубликованные работы полностью отражают содержание диссертации.



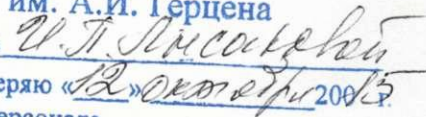
Лысакова Ирина Павловна,  
доктор филологических наук,  
профессор, зав. кафедрой межкультурной  
коммуникации РГПУ им.А.И.Герцена.  
Адрес:199053 Санкт – Петербург  
Васильевский остров,  
1-я линия д.52, каб. 53.  
Телефон(812) 643 77 87\*45 54  
e-mail: lip1010@yandex.ru

10 октября 2015 года



РГПУ им. А.И. Герцена

подпись



удостоверяю «12» октября 2015

Отдел персонала

управления кадров и социальной работы



документовед  
персонала

Н.В. Горбатовская