

ОТЗЫВ

**официального оппонента Прохорова Андрея Васильевича
о диссертации Федосеевой Натальи Игоревны
«Феномен урбанистического контента в региональных СМИ юга
России», представленной к защите на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности**

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Актуальность освещения темы урбанизации в средствах массовой информации нельзя переоценить из-за быстрого роста городов и изменений в образе жизни людей. СМИ играют важную роль в информировании общественности о проблемах, связанных с урбанизацией, таких как загрязнение окружающей среды, ухудшение условий проживания, проблемы инфраструктуры. Н.И. Федосеева в работе подчеркивает, что «в вопросах развития городской среды СМИ являются ключевым средством коммуникации между властью и обществом» (с. 70). Открытое обсуждение и освещение этих вопросов помогает поднять осведомленность и подтолкнуть к поиску решений на уровне общества и управляющих органов.

Урбанизация и СМИ неразрывно связаны по нескольким причинам. Во-первых, с ростом городов возрастает влияние медиа на экономику, культуру, политику, образование и иные сферы современного социума. Во-вторых, урбанизация вызывает разнообразные проблемы и вызовы, о которых важно сообщать общественности. Медиа в свою очередь освещают эти проблемы, помогая людям понять и осознать их влияние на их собственные жизни. Наконец, урбанизация способствует более интенсивной коммуникации и обмену информацией, что подчеркивает важность медиа в формировании общественного мнения о процессах урбанизации и их последствиях.

Предлагаемая работа «Феномен урбанистического контента в региональных СМИ юга России», бесспорно, интересна и затрагивает актуальную тематику – рост урбанизации в отражении

медиакоммуникативного пространства. Автор задается целью – «исследовать особенности урбанистического контента региональных СМИ Южного федерального округа» (с.12).

В ходе исследования Н.И. Федосеевой обосновывается и доказывается гипотеза о том, что «Тема урбанизации является важным контент-направлением в региональных СМИ юга России. На современном этапе развития общества наблюдается востребованность в потреблении урбанистического контента, которая компенсируется информацией из различных городских сообществ в соцсетях. В связи с этим региональным СМИ следует больше внимания уделять вопросам урбанизации, проблемам, препятствующим благоустройству городской среды и повышать качество урбанистического контента» (с. 12-13).

В диссертационной работе корректно определены объект, предмет, цель, задачи исследования. Показателями зрелого исследования являются широкая методологическая база, внушительный объем списка использованных источников.

Особое внимание обращает на себя широкая эмпирическая база исследования. В исследовательское поле зрения автора попало 55 изданий Южного федерального округа и более 1000 материалов урбанистической направленности, опубликованных в прессе в период с 2019 г. по 2022 г. Автором изучен архив номеров региональной газеты «Молот» за столетний период (1922-2022 гг.): в тексте работы упомянуто 1 200 выпусков газеты. В поле зрения автора также попадают корпоративные издания, например, газета «Ростсельмаш», которая, как отмечает Н.И. Федосеева, долгое время являет собой летопись города Ростов-на-Дону.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования заключается в возможности использования данных материалов в преподавании дисциплин «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Истории региональной журналистики», «Основы журналистской деятельности». Работа может представлять интерес для

ученых в процессе изучения этапов исторического развития Ростова-на-Дону и Ростовской области.

Структура работы обусловлена логикой научного исследования. Основная часть работы состоит из трех глав, последовательно раскрывающих особенности урбанистического контента в региональной периодике юга России.

Первая глава «Тема урбанистики в региональной информационной среде» посвящена изучению двух основных вопросов – интеграции урбанистики в медиапространство, роли региональных СМИ в формировании городской среды.

В работе соискатель пишет о том, что сегодня российские города переживают радикальную социотехнологическую трансформацию, большую популярность приобретает такое направление, как «новый урбанизм», согласно которому развитие городов в первую очередь связано с потребностью человека в комфортной среде проживания. Такие тенденции в урбанистике предполагают использование различных форм и средств коммуникации в городском пространстве и находят отражение в научном направлении «медиаурбанистика». В работе автор дает следующее определение данному понятию: «научная область, изучающая воздействие динамических процессов городской жизни на журналистскую деятельность и влияние средств массовой информации на формирование представлений о городе и горожанах» (с.45). Важным для обозначения ключевых точек в системе координат исследования автора является предложенный перечень признаков урбанистического контента (с. 46-47).

Во второй главе «Особенности организации региональных СМИ в медиапространстве города» анализируется контент о благоустройстве городов, выпускаемый СМИ Южного федерального округа. В процессе исследования вопроса автор приходит к выводу, что урбанистический контент способствует развитию социокультурной идентичности населения, формирует не только

позитивные городские образы в сознании горожан, но и транслирует ряд существующих проблем урбанизации.

Н.И. Федосеева на основании изученного урбанистического контента в СМИ ЮФО обозначает спектр основных тем материалов урбанистической направленности, которые «формирует среди жителей городов юга России территориальную идентичность различного характера» (с. 84-87).

В результате изучения особенностей урбанистического контента в СМИ ЮФО диссертантом были сформулированы предложения для региональных изданий по повышению эффективности влияния публикуемого контента на проблемы урбанизации. Предложения автора наглядно представлены на Рис. 11 (стр. 91). Среди них: наполнять урбанистическим контентом специализированные рубрики или разделы по теме; вовлекать общественность в коммуникативную городскую среду; организовывать обратную связь; рассказывать локальные истории о городе и горожанах и др.

В работе Н. И. Федосеевой также анализируются качественные и количественные характеристики урбанистического контента в СМИ Ростовской области, изучив особенности которого, диссертант рекомендует журналистам региональных редакций «организовывать тематические форумы, где представители общественности могут высказывать свои мнения и предложения по урбанизации; активно использовать социальные сети для проведения опросов, дискуссий и определения приоритетных направлений развития урбанизации, кроме того, можно разработать городские мобильные приложения; поддерживать обратную связь, обеспечивая диалог между гражданами и властями; выстраивать партнерские отношения с представителями власти для совместной реализации проектов и программ урбанизации; чаще предлагать аудитории доступную аналитику; больше проводить журналистских расследований; развивать в издании журналистику решений» (с.144).

В третьей главе «Урбанистический контент в газете “Молот”» акцентируется внимание на историко-типологических, историко-тематических

особенностях периодического издания «Молот», освещении на его страницах процессов урбанизации в историческом контексте и на современном этапе.

В диссертационной работе соискателем прослежена эволюция российской урбанистики в отражении газеты «Молот» и выделены меняющиеся тенденции городской жизни XX-XXI веков. Это позволило диссертанту определить особенности трансформации урбанистического контента в газете. Автор работы отмечает: «Для издания всегда были и продолжают оставаться актуальными вопросы городской инфраструктуры, транспортной системы, жилья, культурно-образовательного развития, социальной сферы, городской экономики, экологического состояния города. Среди современных тем урбанистической направленности, «Молота» можно выделить трансляцию идей «нового урбанизма» и тенденций развития “умного города”» (с. 222-223).

В заключении обобщаются выводы, к которым пришел автор в ходе исследования.

Автореферат и опубликованные работы (25 научных работ, 6 из которых опубликованы в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК) в полной мере отражают содержание проведенного исследования.

Признавая ценность и масштабность исследования, выскажу несколько вопросов и пожеланий автору.

1. На с. 9 диссертант пишет об интеграции урбанистики в медиапространство и появлении «городов третьего типа». Какие города ЮФО, по результатам проведенного исследования, могут быть отнесены к данной категории?

2. Фокус внимания в работе преимущественно обращен на урбанистический контент газеты «Молот». Можно ли допустить, что в сетевых изданиях наблюдается иная степень присутствия или тональности урбанистического контента?

3. Какова роль новых медиа в трансляции урбанистического контента по сравнению с традиционными медиа? Ведь именно новые медиа в последние

десятилетия стали давать более объемный взгляд на проблемы развития городских территорий, выступили площадкой для обсуждения проблемных зон (вспомним платформу Живой Журнал (Livejournal.com) и наиболее ярких ее представителей)?

4. Наблюдается ли зависимость между степенью урбанизации отдельной территории и интеграции урбанистики в локальное медиапространство?

5. На страницах работы, вслед за Рэем Ольденбургом, диссертант размышляет о формировании «третьих мест» – точек притяжения и комфорта для жителей города. В качестве таких «третьих мест» все чаще рассматриваются кафе, рестораны, коворкинги, торгово-развлекательные центры, которым сам город уступает по уровню комфорта и удобства. Сами же городские пространства в меньшей степени выступают этим самым «третьим местом». Насколько интенсивно данная проблематика освещена в медиапространстве ЮФО? Насколько медиа и транслируемый урбанистический контент способствуют ее решению?

6. На правах замечания. На с. 93 Н.И. Федосеева представляет результаты анкетирования, участниками которого стали 3 280 жителей города Ростов-на-Дону. При этом почему-то автор пишет: «Фокус-группу составили жители 12 городов региона в возрасте от 18 до 70 лет». В случае с проведенным опросом вряд ли корректно говорить о фокус-группе.

Высказанные замечания и пожелания отнюдь не умаляют высокого научного уровня выполненного исследования. Работа логически структурирована, состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, включающего 469 наименований, 40 приложений. Выводы, к которым приходит Наталья Игоревна, соответствуют основным положениям диссертации, а также актуализируют содержание научного исследования.


Диссертационная работа Натальи Игоревны Федосеевой полностью соответствует требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от

24.09.2013 (в последней редакции), а Н.И. Федосеева заслуживает присуждение ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Против включения персональных данных, указанных в отзыве, в документы, связанные с защитой диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.

Отзыв подготовлен:

Прохоров Андрей Васильевич



«22» апреля 2024 г.

Ученая степень: доктор филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика (диплом присужден решением Высшей аттестационной комиссии Министерства науки и высшего образования РФ. Серия ДОК №005350, 30 октября 2023 г., №2031/нк-14)

Ученое звание: доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина приказом Министерства образования и науки РФ от 4 февраля 2013 г., №37/нк-5 (аттестат доцента Серия ДЦ №049215).

Должность: доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина

Адрес места работы:

Адрес: 392000, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33.

Официальный сайт университета: <https://www.tsutmb.ru/>

Телефон: 8 (4752) 72-34-34.

Электронная почта: post@tsutmb.ru

