

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию

БЕЛЕНЬКОЙ Юлии Петровны

**«ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ НОВОСТИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ
В ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЙ ПЕРИОД»,**

**представленной на соискание ученой степени кандидата
филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика**

Повестка дня – один из основных терминов, аналитических инструментов для ряда гуманитарных наук, где изучаются политико-идеологические и коммуникативные процессы. Осознанная изначально, уже в концепции М. Маккомбса и Д.Шоу, значимость масс медиа в установлении повестки дня позволила выявить в пределах этого многоаспектного феномена такую разновидность (наряду с политической/ институциональной и общественной), как информационная (медийная, по А.А. Казакову). Информационная повестка дня является одним из основных инструментов анализа того, как масс медиа влияют на общественное мнение, формируют медиакартину мира (по выражению И.В. Рогозиной) и, в конечном счете, обуславливают поведение массовой аудитории в ее ипостасях потребителей, граждан, электората. Это понятие позволяет анализировать тематику и аксиологию медиаконтента как обусловленные запросами основных коллективных социальных акторов (власти, бизнеса, общества и СМИ) и реализуемые в соответствии с их «весом»: административным ресурсом, финансовым влиянием и пр. Его применение плодотворно и для медиалогии, и для медиаобразования; здесь сошлемся на учебник «Проблематика СМИ. Информационная повестка дня», подготовленный коллективом авторов факультета журналистики МГУ, вышедший в 2008 г. и активно применяемый в российском образовательном пространстве.

За последнее время разработка проблематики российской медиаповестки дня заметно активизировалась (в том числе на факультете журналистики МГУ; так, в 2014-2015 г. прошла волна публикаций в научном журнале «Медиаскоп», вышла монография Т.И. Фроловой о гуманитарной повестке СМИ, на основе которой была защищена докторская диссертация). Такой интерес объясняется в том числе тем, что с помощью этой категории отчетливо выявляется и объективно описывается теперешняя поляризация изданий и каналов (проправительственных, неангажированных и оппозиционных).

Поэтому выбор диссертантом Ю.П. Беленькой информационной повестки как **предмета** исследования полностью соответствует **актуальным тенденциям** как мировой, так и отечественной медиалогии.

Такой конституирующий параметр информационной повестки дня, как ее носитель (наряду с параметрами субъекта и содержания/ тематики), побуждает исследователей анализировать специфику agenda setting в соответствии с возможностями разных каналов и форматов. А как известно, наиболее влиятельным медиаканалом является телевидение; в современной России это проявляется особенно ярко. Поэтому выбор диссертантом телевизионных новостей в качестве **объекта** исследования полностью обоснован.

Материалом исследования послужили вечерние новостные выпуски четырех федеральных российских телеканалов и трех ставропольских региональных телеканалов, вышедшие в эфир в течение избирательной кампании, а конкретнее - последних 10 дней до и 10 дней после (за исключением выходных и праздничных дней, а также дня тишины) выборов в Государственную Думу РФ и выборов Президента РФ.

Поэтому весьма оправдан выбор автором в качестве **эмпирической базы** исследования выпусков четырех федеральных («Первый канал», «Пятый канал», «НТВ» и «Дождь») и трех региональных каналов (ГТРК «Ставрополье», «СТВ», «Рен ТВ-Ставрополь») (с. 9).

Хочется особо подчеркнуть, насколько резонно автор диссертации выбрал такой параметр, как **хронологические рамки материала**. Работа сделана в привязке не к абсолютным датам (хотя и они весьма информативны в смысле периодизации новейшей политической истории, например, была диссертация о повестке дня на российском телевидении в 1999-2006 гг.), а к функционально маркированному периоду – электоральному. Этот период чрезвычайно важен в функционировании масс медиа, особенно ТВ, поскольку политика в наше время медиатизирована, а «в современном обществе и политической жизни выборы – это главное средство легитимизации власти», как справедливо пишет автор (с. 5). Электоральная проблематика является одним из самых перспективных, но мало разработанных сегментов коммуникативистики. И следует приветствовать интерес диссертанта к изучению медиаконтента через призму повестки дня именно в электоральный период, когда функционирование СМИ характеризуется специфическим экстралингвистическим / дискурсивным фактором законодательной регуляции: «выборы играют определяющую роль в функционировании политической системы государств, они оказывают существенное влияние на политическую жизнь, поведение государственных институтов и правящей группы. Выборы затрагивают работу всех без исключения СМИ: электронных и печатных, новых и традиционных, государственных и негосударственных, проправительственных и оппозиционных. В период выборов СМИ работают в особых правовых условиях, опираясь на конституционное и избирательное законодательство Российской Федерации, которое неразрывно связано с современными международными избирательными стандартами» (с. 5). В работе описано, как в электоральный период изменяется режим функционирования СМИ. Это происходит одновременно по нескольким векторам: правовому, экономическому и социальному (с.).

Продуктивным представляется и предложенный Ю.П. Беленькой **компаративный подход**, основанный на сопоставлении информационной

повестки дня на федеральном и на региональном уровне. Сравнительный анализ тематики общероссийских и ставропольских программ в электоральный период показывает значимую разницу и позволяет сформулировать рекомендации по усовершенствованию и тех, и других.

Соответственно информационная повестка дня, формировавшаяся на федеральном телевидении в период выборов в Государственную Думу РФ (4 декабря 2011 г.) и выборов Президента РФ (4 марта 2012 г.), становится **исходной единицей анализа**, помогающей описать структуру и внутренние связи этого коммуникативного феномена. А региональная повестка дня Ставропольского края представляет собой **целевую единицу** (относительно федеральной), в которой необходимо выделить общее и особенное (с. 8).

Подчеркнем специфику **методов исследования**, которым автор уделяет много внимания. Медиалогия полипарадигмальна, она позволяет исследователям, которые специализируются в разных науках: социологии, политологии, лингвистике, взаимообогащаться, овладевать арсеналом из смежных областей; так, политолог А.А. Казаков опубликовал в журнале «Политическая лингвистика» содержательную статью о том, с помощью каких риторико-стилистических приемов, поликодовых средств повестка дня доводится до аудиторий, и предложил удачную идею иерархии коммуникативных стратегий и тактик. И особые возможности в исследовании agenda setting открывает сравнительно новое направление - медиалингвистика, тоже реализуемая на стыке наук (с. 6-7). Этот подход является одной из самых значимых, на наш взгляд, концептуальных и методических составляющих **теоретико-методологического аспекта диссертации Ю.П. Беленькой**, еще одним свидетельством **и новизны, и актуальности** ее работы.

Об этом будет подробнее сказано дальше, в комментариях к главам диссертации.

Цель исследования, как пишет автор, состоит в выявлении специфики региональной информационной повестки дня в период электоральной

кампании на основе анализа федеральных и региональных телеканалов (с. 7 и далее).

Среди **задач**, поставленных диссертантом, - необходимость: 1) выявить сущность информационной повестки дня и рассмотреть основные факторы ее формирования в медийном пространстве; 2) описать структуру телевизионных новостей и показать функционирование медиатекстов разных жанров в процессе формирования информационной повестки дня; 3) показать направления и характер влияния политической системы на деятельность современных СМИ в электоральный период; 4) разработать модель анализа информационной повестки дня, учитывающую особенности ее функционирования в электоральный период; 5) описать структуру и внутренние связи федеральной информационной повестки дня как исходной единицы; 6) выделить общее и особенное в региональной повестке дня Ставропольского края как целевой единицы (относительно федеральной) – в тот же период.

В составе **положений, вынесенных на защиту**, находится развернутая авторская дефиниция информационной повестки дня, или медиаповестки (в отличие от общественной и политической), как совокупности «отфильтрованных СМИ тем (о событиях, процессах, личностях), преподносимых обществу как наиболее важные. Ее формирование происходит на фоне взаимодействия с другими, часто конкурирующими повестками, что порождает феномен так называемого перекрестного влияния» (с. 8). По мнению автора, здесь взаимодействуют три пула участников – экономические, политические и творческие агенты, каждый из которых находится под влиянием ряда условий: культурных ценностей, принятых законов, а также наличных технологий.

В числе **гипотез** есть убедительное положение, что «в электоральный период в федеральном и региональном медиапространстве в информационной повестке дня доминируют политические темы, связанные с деятельностью тех представителей российского политического

истеблишмента, которые выдвигаются в качестве кандидатов в депутаты на выборах в Думу, на выборах в Президенты или в мэры» (с. 11-12). Убеждают и наблюдения диссертанта, что материалы, отвечающие интересам политической элиты, имеют больший хронометраж, занимают, как правило, инициальные позиции в новостном блоке и отличаются сложной композицией (с. 12).

Главной доказанной гипотезой оппоненту представляется вывод, что «в настоящее время задачи федерального и регионального телевидения в электоральный период четко разделены. Если федеральные телеканалы отражают общеполитические тенденции, то региональное телевидение сосредоточивается на освещении местных тем, отчасти проецируя общероссийские проблемы на регион. В этот период повышаются рейтинги региональных информационных программ, которые отличаются более точным знанием своей аудитории, ее социальных, национальных, возрастных особенностей. Региональное информационное пространство в электоральный период 2011–2012 гг. претерпевает содержательные и формальные трансформации, связанные с процессами медиатизации и селебритизации политики» (там же).

Что касается **теоретической значимости результатов исследования**, то оппонент соглашается с мнением диссертанта, что «положения, содержащиеся в диссертационном исследовании, расширяют существующие представления о процессе формирования информационной повестки дня в современном обществе», о «специфике электоральных периодов, новостных медиатекстов и регионального медиaprостранства». Наибольшую **теоретико-методическую ценность**, с точки зрения оппонента, имеет авторская модель информационной повестки дня, с помощью которой можно анализировать и сопоставлять разнообразные повестки (учитывая, что их классификация проводится на разных основаниях, список которых явно не закрыт). И конечно, собранная Ю.П. Беленькой база данных по федеральным

и ставропольским новостным выпускам может использоваться впоследствии в новых количественных исследованиях (с. 12).

Говоря о **практической значимости диссертации**, оппонент хотел бы подчеркнуть ее применимость в тех областях, которые ему ближе: во-первых, в медиаобразовании – при создании учебных программ спецкурсов и курсов по выбору, а также курсов повышения квалификации (таких как «Работа СМИ в электоральный период», «Информационные поводы и медиаповестка дня», «Государственная информационная политика», а также учебников и учебных пособий по дисциплинам «Основы теории коммуникации», «Основы журналистской деятельности», «Медиакультура») (с.12).

Во-вторых, потенциально и опосредованно - в лингвоэкспертной практике, при создании методик диагностики дискурсов (новостного и агитационного) для избирательных споров.

Несомненно и **прикладное значение** диссертации «в сферах журналистской и политической практики, при установке повестки дня и для разработки информационной политики разнообразными органами государственной власти и местного самоуправления, прежде всего в избирательном процессе» (с. 12-13).

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка, включающего 196 источников. Обращает на себя внимание прекрасное знание автором **научной литературы** по данной проблематике. Оно воплощено в развернутом **изложении истории вопроса** и отражено в солидной **библиографии** (194 пункта).

Первая глава «**Теоретико-методологические основы исследования информационной повестки дня в электоральный период**» состоит из трех параграфов.

Вторая глава **«Федеральная и региональная информационные повестки дня в электоральный период (2011–2012 гг.)»** также состоит из трех параграфов.

Общий объем работы составляет 184 страниц машинописного текста. К работе даны три приложения на 128 страницах: графики по динамике аудитории на основных каналах; матрицы анализа медиаповестки - федеральной и региональной (ставропольской). По этим матрицам можно еще раз убедиться в том, какая гигантская аналитическая работа проведена диссертанткой Ю.П. Беленькой.

В разделе **«Апробация результатов исследования»** показана впечатляющая конференционная активность диссертанта на международных и российских конференциях с обширной географией: Ростов-на-Дону, Сочи, Санкт-Петербург, Ставрополь, Москва, Воронеж, Ярославль и др. Имеются 22 научных публикации объемом более 6 п.л., в том числе в трех статьях в ведущих научных журналах, рекомендованных ВАК РФ. Диссертация обсуждена на кафедре средств массовой информации Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет» и рекомендована к защите по специальности 10.01.10 – Журналистика.

В первой главе **«Теоретико-методологические основы исследования информационной повестки дня в электоральный период»** обсуждаются ключевые понятия «информационная повестка дня», «электоральный период», «телевизионная новость».

В параграфе 1.1. **«Формирование информационной повестки дня в современном обществе»** информационная повестка дня как медиафеномен анализируется во взаимодействии с общественной и политической. Описаны стадии ее формирования. Выделены три группы участников этого процесса: экономические, политические и творческие агенты. Показано, что на их действия влияют определенные социальные условия. В этом анализе уже проявляется то внимание к экстралингвистическим факторам, которое свойственно отечественной школе функциональной стилистики, на основе

которой в настоящее время развивается медиастилистика и так привычно выглядит дискурс-анализ.

В параграфе 1.2. **«Новостные медиатексты как средство формирования информационной повестки дня»** предложены актуальные подходы к понятию «новость»: структуралистско-семиотический, предметно-функциональный, медиалингвистический.

Этот параграф было особенно интересно читать, т.к. собственный аспирант оппонента на факультете журналистики МГУ завершает работу над диссертацией на близкую тему («Коммуникативные стратегии презентации политика в теленовостях и их тактики» (на примере материалов Первого канала, НТВ и РЕН ТВ)). Поэтому было отрадно увидеть, сколь успешно диссертант описал структуру телевизионного выпуска новостей, сколь убедительно выявил устойчивые признаки новости (они же - критерии новостийности): фактуальность, объективность, свежесть, оперативность, значимость, достоверность, конкретность, релевантность, масштабность, конфликтность; а также рассмотрел, как информационные стратегии отражаются на верстке выпуска новостей. Оппоненту показался вполне убедительным вывод, что «СМИ, исходя из критериев новостийности, сценария и структуры программы, выбирают и корректируют определенные события из многообразия современной жизни, придавая им зрелищную форму и драматичность».

Оппонент отмечает удачную схематическую форму представления структуры новостей в этом параграфе, и в целом удачную работу Ю.П. Беленькой по визуализации содержания диссертации. С особым удовлетворением оппонент как член медиалингвистической комиссии Международного комитета славистов отмечает активное и продуктивное обращение диссертанта к инструментарию медиалингвистики, в исследованиям Т.Г. Добросклонской, И.В.Рогозиной, А.А. Негрышева, Г.Н. Солганика, В.В. Тулупова и Е.Н. Ежовой.

В параграфе 1.3. «**Особенности функционирования СМИ в электоральный период**» с учетом концепции перманентной избирательной кампании, основанной на политическом маркетинге, проанализированы телевизионные новостные программы до и после дня голосования. Автор справедливо замечает, что «в течение такого периода СМИ подвергаются максимальному общественному давлению, при этом ориентируются не только на правовые, но и на моральные, корпоративные и конъюнктурные ограничения. В электоральный период также обостряется проблема манипулятивного потенциала телевизионных новостей. (...) Место в медиаповестке превращается в предмет борьбы политических акторов» (отсюда – отметим – важность количественных параметров электорального дискурса: кого больше видят в телевизоре, того лучше запомнят и скорее выберут). И далее говорится о том, что «политическое событие превращается в развлекательное».

В данной главе большое место занял анализ правовых претензий к новостному контенту в электоральный период. Показано, что оценка содержания телесюжетов часто становится предметом судебных разбирательств, - таков кейс 2012 г. по жалобе N 29400/05 в ЕСПЧ на предполагаемое нарушение избирательного законодательства в ходе думской кампании 2003. Так, Европейский Суд по правам человека 19.06.2012 года рассмотрел совместную жалобу двух политических партий – КПРФ, «Яблоко» и шести граждан России, в числе которых были Евгений Киселёв, Владимир Рыжков, Ирина Хакамада (жалоба N 29400/05). Заявители, ссылаясь на статью 3 Протокола N 1 к Конвенции «О защите прав человека и основных свобод» от 4 ноября 1950 года, утверждали, что было нарушено право на свободные выборы вследствие предвзятого освещения телеканалами выборов депутатов Госдумы 7 декабря 2003 года. 16 декабря 2004 г. Верховный Суд РФ отклонил заявление об отмене результатов выборов. По мнению суда, диспропорции в освещении не могли значительно повлиять на исход волеизъявления, поскольку избиратели получают информацию не

только из указанных пяти общероссийских телеканалов, но и других источников информации – радио, печатных СМИ. Кроме того, в постановлении Конституционного Суда РФ от 30 октября 2003 года разъяснено, что предвыборная агитация от информирования отличается наличием цели – склонить избирателя в определённую сторону. И, наконец, Европейский Суд по правам человека признал, что освещение выборов СМИ оказывает влияние на предпочтения электората, однако этот эффект сложно измерить. А пропаганда не является единственным фактором, влияющим на выбор. В итоге Европейский Суд оставил иск без удовлетворения. По мнению суда, не было достаточно доказано вмешательство властей в работу телеканалов. Оппозиции, согласно законам России, предоставлялось бесплатное эфирное время, а это отчасти решало проблему доступа к СМИ.

Здесь на перспективный подход диссертанта оппонент обращает свое внимание уже в качестве лингвиста-эксперта, который занимается в том числе проблематикой избирательных споров и ее отображением в СМИ. Одним из правонарушений избирательного законодательства является агитация под видом информации (в правовых терминах – информирования избирателей), которая реализуется в количественном преобладании новостей об одном из кандидатов или в нестандартных коммуникативных событиях и/или текстах, имеющих иные цели. Все стороны избирательного процесса (от кандидатов, к которым предъявлены претензии в незаконной агитации, до независимых наблюдателей и до правоприменителей из ЦИК и нижестоящих организаций), анализируя электоральные конфликты, часто ссылаются на необходимость проведения лингвистических экспертиз. И в частности, экспертиз классификационного типа, которые помогают диагностировать дискурсы, различать агитацию, т.е. текст ангажированный, в котором надо уметь увидеть защиту интересов идентифицированного политического актора, и информацию/новость, в которой ангажированности нет. При этом стандартные лингвоэкспертные процедуры избирательных правонарушений отсутствуют, как отсутствуют и подробные лингвосомиотические описания

поликодового электорального дискурса в его жанровых разновидностях. И при том, что инструментарий лингвоэкспертного описания иной, нежели тот медиакоммуникативный комплекс, который применяют медиаисследователи-коммуникатологи и медиалингвисты, понятно, что каждая статья и диссертация, посвященная электоральному дискурсу, совершенствует его понимание и приближают создание адекватных методик его анализа в лингвоэкспертных целях.

Поэтому диссертация Ю.П. Беленькой кажется важным шагом на этом пути. Характерно использование ею законодательных и нормативных документов в качестве источника аргументации для анализа медиатекстов, электорального дискурса. Как минимум, эта диссертация заставляет и ее автора, и потенциальных читателей утвердиться в мысли, что этическое и правовое измерение креатива является в настоящее время обязательным аспектом и этапом медиалингвистического и медиалогического анализа. Жалко только, что у автора не нашлось возможности привести какие-либо свежие кейсы по теленовостям в связи с кампаниями 2011-2012 г. – федеральными или региональными.

Во второй главе **«Федеральная и региональная информационные повестки дня в электоральный период (2011-2012 гг.)»** предложена техника анализа теленовостей в электоральный период 2011–2012 г., представлены результаты анализа федеральных и региональных новостей.

В параграфе 2.1. **«Компаративный контент-анализ информационных повесток дня: содержательные и формальные характеристики»** представлена авторская аналитическая модель, которая стала опорой компаративного анализа. Для исследования информационных повесток дня (региональной и федеральной) выбран контент-анализ, где отображены содержательные и формальные параметры новостных медиатекстов. Эта модель анализа представляет для оппонента самый большой научно-методический и практический интерес – по его мнению, это главное и чрезвычайно масштабное достижение диссертанта.

К группе содержательных характеристик отнесены тематическая доминанта, персонаж, жанр, медиапрезентация, оценочность. К группе формальных – последовательность сообщения, хронометраж, форма подачи материала, способ производства и информационный контекст. Их контент-анализ позволил сопоставить информационные повестки дня.

Параграф 2.2. дает **«Характеристики телевизионных новостных текстов, формирующих общенациональную информационную повестку дня в электоральный период»**. Она отличается, как пишет диссертант, большим масштабом проблем и более качественной подачей информации. «Двойной» электоральной кампанией (по выборам в Госдуму, декабрь 2011, и по выборам президента РФ, март 2012) объясняется то, что политические темы доминируют: «Среди жанров доминировали событийные репортажи и короткие заметки (...), связанные прямо или косвенно с предстоящими или прошедшими выборами. Для общенациональной повестки дня была свойственна нейтральная оценочность. Материалы, отвечающие интересам истеблишмента, отличались повышенным хронометражем, шли среди первых и имели комплексную структуру, авторство было как коллективным, так и индивидуальным».

«Медиадоминирование», - пишет Ю.П. Беленькая, - это одна из ведущих стратегий манипулирования в электоральный период». Здесь диссертант делает те выводы, к которым независимыми путями приходят и специалисты по критическому дискурсу-анализу, и лингвисты-эксперты.

В параграфе 2.3 **«Характеристики телевизионных новостных текстов, формирующих региональную информационную повестку дня в электоральный период»** показано, что «региональная медиаповестка формируется под влиянием норм и правил, действующих, с одной стороны, в телекомпании, а с другой - в учреждениях, с которыми заключены коммерческие договоры на информационное обслуживание. Повесткообразующими субъектами являются губернатор и администрация Ставропольского края, органы муниципальной власти, прокуратура, а также

полномочный представитель Президента в Северо-Кавказском федеральном округе, который является общим звеном в региональной и федеральной медиаповестках».

Диссертант продемонстрировал различные паттерны в региональных и в федеральных новостях: в первых «доминировали материалы с позитивной оценочностью, преобладала жанровая модель расширенной новостной заметки, авторский способ производства текста». Совпадало только около 20% тем медиаповестки; лидером упоминаний в региональном эфире стал заместитель председателя правительства И. И. Сечин: «средний хронометраж материалов о нем в два с половиной раза превышает хронометраж сюжетов, в которых главным персонажем был губернатор В. В. Гаевский». Для региональной медиаповестки характерна медиатизация и селебритизация политики, внедрение мифологических образов.

Особый интерес представляет использование диссертантом аналитических конструкций, предложенных в работах Т.Г. Добросклонской. В частности,

В **Заключении** подведены итоги диссертационного исследования, сформулированы практические рекомендации.

Некоторые идеи диссертанта хочется оспорить в порядке дискуссии. Прежде всего это касается нескольких положений, вынесенных на защиту. Но они либо уже доказаны - это касается мысли, что «в эпоху развития новейших медиатехнологий телевидение занимает приоритетное положение в формировании информационной повестки дня среди других медийных каналов, потому что телевидение, обладающее свойствами экранности, симультанности, персонификации, наделяет новость эффектом достоверности и реалистичности»; или же мнения, что «новости отвечают современной общественной тенденции, связанной с упрощением повседневных практик, что обусловлено, во-первых, стандартизацией новостного контента, во-вторых, его редукцией, связанной с отбором информации для освещения в СМИ и сокращением доли аналитической

составляющей». Либо не нуждаются в том, чтобы их доказывали в рамках диссертации данной тематики, потому что связаны не с повесткой дня, а с электоральными коммуникациями: «согласно концепции перманентной избирательной кампании, электоральный период не имеет четко установленных временных границ. Он уходит одновременно в прошлое и будущее, и на этом «континууме» можно выделить лишь «горячие» фазы, которые непосредственно предшествуют выборам и продолжаются еще некоторое время после них» (с. 11).

В то же время высказанная в продолжение этой гипотезе мысль, что в электоральный период «СМИ подвергаются воздействию не только правовых, но и моральных, корпоративных и конъюнктурных факторов. В ходе избирательной кампании кардинально меняется поведение главных политических акторов, одновременно меняется и поведение людей, выступающих теперь в качестве электората. Это требует иной медийной реакции», представляется релевантной и очень ценной в логике данного диссертационного исследования, и заслуживает разработки и доказательства именно здесь.

Оппонент заметил и несколько стилистически неудачных выражений, вроде такого: «Благодаря этому телевизионная новость ассоциируется аудиторией с объективностью и событийной значимостью...» (с. 11).

Но подчеркнем, что эти замечания касаются частных, а не концептуальных основ диссертационного исследования и не его результатов. Данная работа обладает большой эвристической ценностью, демонстрирует теоретическую насыщенность и практическую пригодность; несомненно, она будет востребована для разных целей и для разных пользователей – от студентов до журналистов, политтехнологов, чиновников. Диссертация убедительна и взвешенна, в лучшем смысле слова академична в выводах, которые автор должен был делать на основании остро политического материала теленовостей.

Диссертация Беленькой Юлии Петровны на тему: «Телевизионные новости как средство формирования региональной информационной повестки дня в электоральный период» полностью соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Официальный оппонент -
Кара-Мурза Елена Станиславовна,
кандидат филологических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В.
Ломоносова», доцент кафедры стилистики русского языка
факультета журналистики,
член медиалингвистической комиссии
Международного комитета славистов,
действительный член ГЛЭДИС (Гильдии лингвистов-экспертов по
документационным и информационным спорам)

Почтовый адрес 125009,
Москва, улица Моховая, дом 9 .
Телефон: +7 495 629-74-35 (деканат)
E-mail: kara-murza-elena@yandex.ru



Е.С.Кара-Мурза

Вартанова Е.Л.  Декан факультета журналистики, профессор,
доктор филологических наук

Москва, 27 ноября 2015 г.

