

ОТЗЫВ

**официального оппонента на диссертацию Зверевой Екатерины
Анатольевны на тему: «Современные российские журналы: теория и
практика функционирования», представленную на соискание ученой
степени доктора филологических наук по специальности 10.01.10
(журналистика)**

Актуальность темы предложенного для защиты квалификационного научного труда Е. А. Зверевой не вызывает никаких сомнений. Развитие журнального сегмента отечественной медиасреды требует не только постоянного включенного наблюдения, но и перманентной сверки теоретических построений нынешней науки о журналистике с эмпирической реальностью медийной практики. Собственно, подобное целеполагание и нашло свое отражение в заявленном номинировании докторской диссертации, в которой широта подхода к анализу прагматических аспектов функционирования отечественного журнального пространства сочетается с методической глубиной проработки выдвинутых положений, используемых научных гипотез и опоры на дихотомию «теория-практика», что не так уж часто встречается в квалификационных научных трудах столь высокого статуса.

Впечатляет общий объем диссертации, насчитывающий 501 страницу. Не менее важным является и список использованных источников, насчитывающий 681 позицию. К несомненным преимуществам диссертации стоит отнести и наличие избыточного эмпирического материала, оформленного в 31 таблице.

Основными хронологическими рамками исследования в диссертации послужил едва ли не ключевой период в новейшей истории России – со второй половины 2000-х годов до первой половины 2010-х годов. В его

течение происходили сложные явления трансформации не только медиасреды в целом, но и в журнальном ее сегменте, в частности. Е.А. Зверева точно и последовательно прослеживает в тексте диссертации то, что произошло за означенный период с российским миром журналов, справедливо полагая, что выявленные и проанализированные ею тенденции являются показательными и для всей сферы печатной прессы. Однако здесь хотелось бы видеть в тексте диссертации более четкие корреляции с газетным сегментом, так как он также был подвержен аналогичным явлениям, быть может, даже в более акцентированном варианте.

Однако методологически понятно, почему автор сосредоточила свое внимание исключительно на журнальном сегменте, так как с ее точки зрения их функционал показателен и характерен для развития отношений между аудиторией и теми, кто непосредственно занят в подготовке, формировании и выпуске журналов всех видов и типов. Более того, научно доказательным и убедительным выглядит постулат автора диссертации о прямой связи издательской практики с общим экономическим контекстом, в котором существовали разнонаправленные тенденции, включая падение потребительского спроса. Что было характерно для периода 2008-2009 гг. и получившего в научной литературе характерное наименование «кризиса».

Оригинальность структуры диссертации, состоящей из Введения, 5 глав, Заключения, списка литературы и приложений, обращает на себя внимание, так как она направлена на решение конкретных исследовательских задач, связанных, прежде всего, именно с особенностями функционирования обозначенного Е.А. Зверевой эмпирического поля.

Во Введении, в полном соответствии с академическими научными требованиями автор обосновывает актуальность, степень изученности темы, ее теоретическая и практическая значимость, новизна, формулирует цели и задачи исследования, конкретизирует объект и предмет, эмпирическую и

теоретико-методологическая база, излагает положения, выносимые на защиту, описывает апробация результатов исследования.

В первой главе **«Тенденции развития и особенности функционирования журнальных изданий начала XXI века»** к рассмотрению предложено функциональное назначение журналов, общие характеристики глобального и национального медиарынка. Показательно, что российская журнальная индустрия представлена в контексте доминирования мировых медиакомпаний, тенденций концентрации и глокализации информации, которая иллюстрируется анализом медиарынка региональных журналов. Подобное изначальное контекстное направление мысли исследовательницы позволяет более четко выявить как функциональное назначение журналов, реализуемое в совокупности специфических журнальных функций, к которым Е.А. Зверева относит следующие: реферативная, аналитическая, обзорная, идейно-лидирующая, собирательная, функция закрепления авторского приоритета; функции, необходимые для анализа формы (контактная) и содержания (когнитивная) журнального издания; так и общие характеристики отечественной журнальной индустрии.

Далее следует крайне важный анализ российской журнальной индустрии с точки зрения доминирования мировых медиакомпаний. Автор учитывает тот очевидный факт, что большинство популярных журналов в мире издается несколькими концернами (например, Independent Media Sanoma Magazines, Hachette Filipacchi Shkulev, Hubert Burda Media, CondeNast, Axel Springer AG, Bauer Media). Распространение брендов крупнейших мировых игроков активизирует медиарынок, потому что привносит в отечественные СМИ мировой опыт и новейшие технологии продвижения журнальной продукции. Что не может не привести к объединению издательских домов, концентрации изданий, и, как следствие, появлению тенденции глокализации в отечественном журнальном сегменте. Что автор считает своеобразным откликом на тотальное сосредоточение издательской

деятельности в столице. В качестве эмпирической базы Е.А. Зверевой исследует хорошо знакомый ей информационный рынок Тамбовской области. Главу логично завершает анализ перспектив региональных журнальных изданий: освоение интернет-пространства и создание электронных версий СМИ, имеющих целью сохранение и развитие исторического и культурного наследия территории.

Во второй главе исследования **«Характеристика российского рынка журналов в период 2006-2012 гг.: динамика показателей и тенденции развития»** рассматриваются модели развития российского рынка журналов в докризисный, кризисный и посткризисный периоды. Хронологическая последовательность их рассмотрения предопределяет схему анализа, в которой особое внимание уделяется изучению издательских и рекламных стратегий, концентрации и диверсификации журнального рынка; типологических модификаций журнального рынка, специализации и сегментации изданий; перспектив развития журнальных изданий, связанных с использованием новых платформ потребления и новых каналов доставки медиасодержания, основанных на цифровых технологиях; особенностей моделей журнального рынка каждого из обозначенных периодов.

Глава структурирована в соответствии с различными периодами, которые выделяет диссертантка:

- докризисный период (2006–2007 гг.);
- период кризиса (2008–2009 гг.);
- посткризисный период (2010–2012 гг.).

Каждый из них описан и проанализирован тщательно, подробно, можно сказать, скрупулезно. При этом автор диссертации вычленяет во всем многообразии явлений каждого периода общие типологические черты, что

«работает» на общую тему исследования. Ее анализ отнюдь не пессимистичен, ибо в каждом из периодов она выявляет те тенденции, или намеки на них, которые впоследствии станут доминирующими трендами. Среди них обнаруживаются следующие.

Типологический анализ журналов позволил выявить тенденцию фрагментации, дальнейшего дробления по аудиториям, по различным интересам этих аудиторий, причем более востребованными стали специализированные журналы качественного типа, показывающие стабильный рост аудитории.

Был обнаружен постепенный «переток» читателей из печатных в цифровые СМИ и следование крупных СМИ тренду адаптации продуктов к новым медиа. Это дает возможность развивать под журнальными брендами новые проекты в интернете, в мобильной телефонии, на платформе iPad.

Крайне важно отметить, что основой анализа в данной главе доминирующим направлением исследовательской мысли стало обращение к анализу организационно-экономических аспектов деятельности журналов, что успешно было развито диссертанткой в последующих главах

В третьей главе **«Типология журнальных изданий»** на основе сформировавшихся в теории журналистики критериев, типоформирующих признаков и типологических характеристик автор диссертации выделяет типологические группы изданий по характеру аудитории, характеру информации и осуществляемых функций, обозначены организационно-экономические и формально-технологические признаки, рассмотрен характер иллюстрирования изданий; выявлены новые характеристики группы потребительских журналов – типа издания, присущего обществу потребления.

Первоначально автор описывает типологию, типоформирующие признаки и типологические характеристики, принятые в теории журналистики. В ракурсе данного исследования типологический анализ имеет теоретическое значение, которое определяется формированием модели, репрезентирующей предмет исследования и необходимой для продуктивного развития системы, и практическое значение, связанное с необходимостью формирования модели журнального издания для последующего выпуска. Основной частью типологического анализа журнальных изданий, как справедливо указывает исследовательница, является классификация, благодаря которой можно приступить к анализу журналов с использованием типоформирующих факторов и признаков на основании систем.

Используемая типология журнальной периодики автором изучена досконально, но в контексте заявленных и реализуемых научных подходов она проанализировала два наиболее существенных типологических признака периодического издания: характер аудитории и характер информации в их взаимосвязи. Акцент также сделан на целевую установку (функциональное назначение) издания, на выявление организационно-экономических и формальных типоформирующих признаков издания.

Тем не менее, следуя традиционным научным методам исследования, автор обращает внимание на такое относительно новое явление мира периодической печати как потребительский журнал. Она рассматривает его как тип издания общества потребления. В тексте диссертации исследуются различные варианты трактовки понятия «потребительские журналы». Первый вариант подхода – позиционирование потребительских журналов как части системы клиентских корпоративных изданий. В другом варианте потребительскими журналами называют специализированные издания для ориентации аудитории в различных сегментах рынка. Третий вариант трактовки понятия потребительских изданий предполагает, что

разновидности глянцевого стилового издания могут быть двух типов – глянцевые потребительские журналы и имиджевые глянцевые журналы.

Не может не вызывать симпатии научная позиция автора диссертации, которая приходит к выводу о том, что наиболее важной чертой общества потребления является подмена общечеловеческих, духовных ценностей в жизни человека материальными, причем, печатным рупором данной идеологии являются именно глянцевые журналы. Они – «лицо» той шоу-цивилизации, когда «картинка» предопределяет восприятие человеком окружающей его действительности и доминирует как носитель информации, прежде всего, прагматическо-потребительского характера. Несмотря на достаточно трезвую оценку современного журнального сегмента с точки зрения продвижения в нем идей гуманистического плана, автор диссертации обращает свое исследование в будущее.

Именно подобным образом стоит интерпретировать содержание четвертой главы диссертации **«Конвергенция в журнальном секторе: направления, характеристики и перспективы процесса»**. В ней выявлены понятие и уровни процесса конвергенции; проведен анализ многоканальности, мультимедийности и интерактивности как основных характеристик конвергентных СМИ журнального типа; представлены составляющие модели «новой интерактивности» в журнальном сегменте в аспекте использования новых интерактивных возможностей конвергентными журнальными СМИ.

При этом автор рассматривает медиаконвергенцию на разных уровнях, но выделяются четыре важнейших – технологический, профессиональный, экономический и аудиторный – каждый из которых связан друг с другом. Автор справедливо считает, что конвергенция меняет прежние профессиональные требования к журналисту, когда обязательным становится наличие у журналистов умения производить материалы для

любого СМИ. Возникает объективная необходимость в использовании новых медиаформатов трансляции контента СМИ на различных платформах (интернет-порталы, социальные сети, мобильная, телевизионная и ipad-платформы), предполагающих максимальное адаптирование медиапродукта под конкретного потребителя. Следствием этого, по наблюдениям диссертантки, многоканальность и мультимедийность становятся основными характеристиками конвергентных журнальных СМИ.

Анализируя конкретные примеры проявления упомянутых выше характеристик журнальных отечественных журнальных продуктов, Е.А. Зверева обращает пристальное внимание на явление «новой интерактивности» в журнальном сегменте. По ее мнению, оно свидетельствует, с одной стороны, о трансформация возможностей медиапотребления, а с другой, об усилении коммуникации между собственно журналами и их читателями. Анализ явления производится на примере конкретных журнальных изданий.

В заключительной, пятой главе диссертации **«Журнальные издания в цивилизационном поле: синергетический подход»** автор применяет аксиологический подход к анализу журналов, справедливо полагая их трансляторами ценностей современной цивилизации. Исследованию здесь подлежат известные модели - медиапотребления от консьюмерской к просьюмерской.

Развивая свои идеи на основе высказанных в предыдущих главах диссертации суждений, автор логично обращается к определению возможных перспектив развития принципа синергии, анализу его возможных направлений в части усиления позитивного функционала в деятельности современных журнальных изданий.

С точки зрения дальнейших научных перспектив исследования заявленной темы данная глава кажется наиболее важной и продуктивной, ибо диссертантка точно фиксирует размытое представление о природе реальности, которое и приводит к нелинейности в определении ценностей, к относительной достоверности и множественности информации, а неравновесность системы – к появлению новых систем. Трудно не согласиться с тезисом о том, что новые функции обретает мифотворчество, мифологизация фигур и событий, позволяющие сводить явления к типичным стереотипам. В частности, формирование изданий синтетического типа как раз и может именоваться примером реализации принципов синергетики. Анализ строится на сравнение возможностей таких типов журнальных изданий как «глянцевые» и литературно-художественные.

Ход исследования приводит диссертантку к изучению принципов формирования медиаландшафта, когда характерным становится сочетание в лице новых потребителей консьюмеров и социальных авторов – просьюмеров (протребителей). Характерным явлением постиндустриальной цивилизации становится формирование группы профессиональных потребителей – просьюмеров как коммуникативной, продвинутой, самодостаточной части аудитории, ценящей информацию, развлечение и вовлеченной в массовую культуру. Е.А. Зверева предлагает разделить медиапросьюмеров на две основные группы: первая категория пользователей не создает, а оценивает информацию, корректирует ее для дальнейшего распространения в медиaprостранстве. Вторая, более узкая категория, распространяет собственный контент через социальные медиа, блоги и сообщества, трансформирует контент СМИ при помощи его дополнения и интерпретации.

С точки зрения автора диссертации, наибольших успехов по разнообразию инструментов вовлечения аудитории в информационные процессы и интерактивному взаимодействию со СМИ достигли ведущие глянцевые

издания, использующие контент своих сайтов не только как платформу для электронной версии издания, но и как площадку для развития взаимодействия с просьюмерами.

В Заключении обобщаются результаты исследования, формулируются полученные выводы.

Можно констатировать, что в представленной к защите диссертации Е.А. Зверевой на междисциплинарной основе проведен комплексный анализ теории и практики функционирования современного журнала как типа издания, отражающего цивилизационные процессы и являющегося сложной системой, отличающейся разнообразием элементов и взаимосвязей между ними. Полученные результаты позволяют констатировать включенность данного медийного феномена в социокультурное и цивилизационное поле реальности. Понимание новых процессов, своевременное их осмысление, включение результатов исследования в научный оборот должно служить сохранению исторически сложившихся функций журнального издания и расширению практики функционирования.

Поставленная цель диссертационного исследования достигнута, задачи решены. Выводы следует признать достоверными и доказанными. В то же время хотелось бы получить от автора некоторые комментарии к вопросам, возникшим по ходу знакомства с текстом.

1. Насколько выводы, полученные автором в ходе создания диссертации относительно журнального сегмента периодических СМИ, возможно экстраполировать на сферу газетной периодики?
2. Чем объясняется то обстоятельство, что анализ так называемых «толстых» журналов возникает ближе к финалу текста, нарушая тем самым и принятую автором хронологию исследования и в некоторой степени, его логику.

3. Насколько авторитетно для диссертантки мнение господина В. Шкулева, на которое она постоянно опирается в ходе своего анализа рынка отечественных СМИ?
4. Возможно ли уточнить главные причины прекращения издания таких успешных и пользующихся спросом журналов как «Русский Newsweek», «Итоги», «Коммерсант, Власть», «Коммерсант. Деньги», «Smart money», «The News Times».
5. Насколько важна в современных условиях политико-идеологическая составляющая в деятельности журналов?
6. Какие тенденции характерны для состояния журнального рынка РФ осенью 2017 года?

Однако все эти вопросы носят уточняющий характер и вызваны желанием оппонента представить для себя более полно созданную Е.А. Зверевой поистинне масштабную картину анализа современного журнального рынка Российской Федерации.

Е.А. Зверева достойно апробировала результаты своего научного исследования. Это отражено в 97 публикациях, из которых 2 являются монографиями, а 18 относятся к публикациям в журналах перечня ВАК.

Полагаю, что диссертация Е. А. Зверевой «Современные российские журналы: теория и практика функционирования» отвечает всем требованиям «Положения о присуждении ученых степеней» Высшей аттестационной комиссии РФ, а ее автор заслуживает ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ:

ФИО оппонента: Ильченко Сергей Николаевич

Ученая степень: доктор филологических наук по специальности 10.01.10,

утверждена решением ВАК Министерства образования и науки РФ, приказ
от 24 июня 2013 г. № 293/нк-6

№ диплома доктора наук: серия ДДН № 024221

Ученое звание: доцент кафедры телерадиожурналистики Института
«Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-
Петербургского государственного университета утверждено Приказом
Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ от 21 июня
2006 года (№ аттестата доцента: ДЦ № 001466).

Должность и место работы: доцент кафедры телерадиожурналистики
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета.

Адрес места работы: Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская
набережная, 7-9.

Телефон служебный: +7-812-328-18-41

e-mail места работы:

web-сайт места работы: [Http:// spbu.ru](http://spbu.ru)



С.Н. Ильченко

Подпись доктора филологических наук, доцента, доцента кафедры
телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и
массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского университета Ильченко
Сергея Николаевича *удостоверяю:*

