

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Анастасии Андреевны Ревенко на тему «Популяризация культурного наследия России в условиях глобализации информационного пространства (по материалам туристских СМК)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика (Санкт-Петербург – 2019, 203 с.)

Диссертация А. А. Ревенко написана на актуальную тему, представляющую значительный научный и практический интерес. В условиях глобализации современного информационного пространства, связанной с процессами всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации, неизбежно встает проблема поиска собственной уникальности и, как следствие, сохранения и продвижения этнокультурного наследия различных народов. Осознание собственного статуса в контексте общероссийской гражданской идентичности становится в современном обществе определяющим фактором консолидации общества и целостности государства. Особую актуальность приобретает проблема развития внутренних туристско-рекреационных услуг в условиях вызовов и угроз национальной безопасности современной России.

Важнейшую роль в продвижении этнокультурного наследия, в брендинге территорий играют туристские средства массовой коммуникации, которые в последние годы все чаще становятся объектом научного исследования как российских, так и зарубежных ученых. При этом следует отметить, что по-прежнему остается не до конца решенной проблема типологизации туристских СМК; системному исследованию не подвергались стратегии и тактики продвижения туристских дестинаций в медийной среде; не в достаточной степени изучены новейшие технологии продвижения объектов культурного наследия в мультимедийной среде.

Диссертация А. А. Ревенко является комплексным исследованием, направленным на выявление типологической структуры, динамики развития и современного состояния туристских средств массовой коммуникации, а также их функций в продвижении культурного наследия России. Поставленные задачи последовательно раскрываются в трех главах, соблюдается логика исследования: от рассмотрения историко-типологических параметров туристских СМК к выявлению их функций и тенденций развития в современном медийном пространстве. Работа изложена на 199 страницах, не включая приложения; список использованной литературы насчитывает 139 единиц.

В первой главе **«История возникновения и типология туристских СМК»** рассматриваются предпосылки возникновения и этапы становления печатных изданий, телевизионных программ о путешествиях и туризме; разрабатывается типология СМК туристской тематики.

На основе историко-типологического анализа российской туристской прессы автор диссертации выделяет четыре этапа ее развития: IX в. – этап возникновения и становления туристской прессы в России; начало XX в. и довоенные годы – второй этап, характеризуемый постановкой новых для развития советского общества задач; послевоенные годы вплоть до 1990 гг. – третий этап, связанный с «идеологическим и тематическим развитием туристской прессы», основной задачей которой становится пропаганда спорта, физической культуры, спортивного туризма; начиная с 1990-х гг. – четвертый этап, характеризуемый прежде всего развитием тревел-журналистики, которая отражает поворот государственной политики в сторону популяризации культурного наследия страны, формирования общества, «знающего отечественную историю, многонациональную культуру, культурно-исторические традиции, природно-географические возможности и потенциал регионов России» (с. 38).

Автор убедительно доказывает, что в результате процессов глобализации и коммерциализации массмедийной сферы происходит

дифференциация и трансформация периодических СМК туристской тематики, в результате чего можно говорить о «типологическом обновлении всего класса» (с. 38).

Основным фактором типологизации современной прессы туристской тематики А. А. Ревенко совершенно обоснованно, на наш взгляд, считает ее «целевое назначение», при этом важными типоформирующими факторами названы «издатель» и «аудиторная группа», определяющие тип субъектно-объектных отношений внутри класса. На основе этих типоформирующих признаков автор диссертации выделяет следующие типы периодических печатных изданий: научные, универсальные (научно-популярные, познавательные, сервисные), профессиональные (отраслевые, информационно-аналитические), специализированные (по виду туризма, оперативно-справочные, рекламно-коммерческие).

Анализируя современные телевизионные программы туристской тематики, А. А. Ревенко акцентирует внимание на взаимодействии различных форматов: образовательного, документального и развлекательного. Содержание большей части программ рассматривается в контексте решения вопросов государственной политики в сфере развития геокультурного брендинга территорий России, основные направления которой автор связывает с сохранением материального и духовного культурного наследия, формированием у граждан России уважения к прошлому и настоящему страны, с популяризацией природных и историко-культурных объектов туристских дестинаций, развитием внутреннего туризма (с. 62).

Вторая глава **«Современные СМК как основной инструмент популяризации культурного наследия России»** посвящена рассмотрению способов продвижения объектов духовного и материального культурного наследия российских территорий в различных инфокоммуникативных средах: на страницах российской прессы, на современном российском телевидении, в сетевых медиаресурсах.

Интересной представляется мысль диссертанта о том, что для популяризации культурного наследия «необходимо его максимальное встраивание в жизнь современного общества» (с. 95). Такая установка реализуется, к примеру, в бесплатных сервисных изданиях туристской прессы, распространяемых в салонах самолетов, поездов, аэроэкспрессов и пр., в которых на русском и английском языках представлена эстетическая, прагматическая или иная информация о достопримечательностях различных территорий страны.

Рассматривая способы продвижения культурного наследия на телевизионных федеральных каналах, автор диссертации отмечает, что, несмотря на то, что для значительной части российской аудитории «телевидение является практически единственной возможностью познания окружающего мира, средством удовлетворения информационных, познавательных, культурных и иных потребностей» (с. 96), ресурсы этого канала коммуникации в сфере популяризации культурного наследия используются пока в недостаточной степени (с. 108).

На основе анализа деятельности сетевых медиаресурсов, осуществляющих популяризацию знаний о культурном наследии РФ, диссертантом разработана их классификация: электронные версии периодических изданий; сайты телеканалов и телепрограмм о страноведении, туризме и путешествиях; личные страницы туристов, блоги и форумы; специализированные туристские порталы; сайты муниципальных организаций с разделами туристской тематики (с. 117).

Введение в терминологический аппарат диссертации понятия «цифровое наследие», несомненно, расширяет и углубляет видение автором предмета исследования, позволяет выявить новые грани исследуемого материала. Как отмечает А. А. Ревенко, и собственно виртуальные ресурсы, и виртуальные ресурсы, дублирующие реальные объекты культурного наследия, являются важной составляющей в деятельности по учету, сохранению и трансляции этого наследия будущим поколениям (с. 127). В

этой связи особое внимание в диссертации уделено анализу специализированных мультимедийных ресурсов, аккумулирующих информацию о культурном наследии страны – «Музеи России», «Культура. РФ» и др.

Весомое практическое значение имеют, на наш взгляд, выводы автора о важной роли сайтов муниципальных органов власти регионов Российской Федерации в популяризации культурного наследия, а также выявленные в ходе анализа соответствующих разделов этих сайтов типичные ошибки и разработанные на основе этого практические рекомендации по организации данной информации.

В третьей главе **«Реализация культурно-просветительской функции туристскими СМК в условиях глобализации информационного пространства»** рассматривается культурно-просветительский потенциал туристской журналистики в системе средств массовой коммуникации, анализируется опыт позитивных и негативных практик в освещении проблемы популяризации культурного наследия России.

Особый интерес вызывает разработанный и представленный в этой главе диссертации проект сетевого медиаресурса туристской тематики «Достояние России», посвященного культурному наследию России. Описание проекта содержит обоснование типифицирующих признаков (учредитель, целевое назначение, аудитория, авторский состав, внутренняя структура и др.), а также рекомендации по взаимодействию с местными властями субъектов РФ, органами культуры, муниципальными культурными организациями, населением при разработке контента; рекомендации по созданию эффективных журналистских материалов для портала и их SEO-оптимизации под поисковые системы. В приложениях 3–6 к диссертации представлены скриншоты титульных страниц портала.

По замыслу автора, подобный медиаресурс «должен представлять собой целостную систему, чтобы пользователь мог черпать информацию о природных, исторических, архитектурных, культурных и пр. ценностях

страны из одного источника» (с. 163). Продуктивной представляется нам мысль автора о том, что важнейшим структурным элементом ресурса должна стать интерактивная карта с локациями, которая будет способствовать не только облегченному поиску информации о культурном наследии каждого территориального субъекта нашей страны, но и подчеркивать ее масштабы, многообразие традиций, природную и историко-культурную уникальность (с. 169).

В **Заключении** автор диссертации обобщает полученные результаты исследования и намечает дальнейшие перспективы научного поиска в области технологий продвижения объектов духовного и материального культурного наследия в современной медиасреде.

Анализ диссертации А. А. Ревенко позволяет сделать вывод о том, что работа представляет собой завершённое исследование, обладающее внутренним единством и логичной структурой. В ходе исследования научные положения, сформулированные автором в диссертации, получают достаточно глубокое обоснование. Результаты исследования емко выражены в выводах к параграфам и заключении.

Научная новизна диссертации заключается в систематизации и типологизации медийных ресурсов туристской тематики, направленных на популяризацию культурного наследия. В исследовании представлена классификация сетевых медиаресурсов туристской тематики, уточнены классификации печатных периодических изданий и телевизионных передач, посвященных путешествиям и туризму, их тематическая направленность и целевое назначение.

Теоретическая значимость исследования заключается в дальнейшей разработке теории средств массовой коммуникации, в частности туристической журналистики, ее типологии и функций в сфере деятельности по популяризации культурного наследия России. В диссертации закладываются основы для глубокого осмысления проблем функционирования такого достаточно нового явления, как туристские

средства массовой коммуникации, и их роли в процессе организации современного инфокоммуникационного пространства.

Выявленные автором диссертации закономерности следует учитывать в практической деятельности государственных и общественных структур, средств массовой информации, пресс-служб различных организаций, связанных с индустрией туризма. Отдельные результаты исследования могут быть использованы для разработки учебных курсов по теории и практике СМИ.

Достоверность результатов обеспечивается актуальной теоретико-методологической базой междисциплинарного плана, применением адекватных избранному эмпирическому материалу методов исследования, а также проведением социологического исследования (контент-анализа) с целью выявления эффективности деятельности по популяризации культурного наследия России и апробацией теоретических положений в практике разработки проекта сетевого медиаресурса туристской тематики «Достояние России», посвященного культурному наследию России.

Рецензируемая диссертационная работа отличается фундаментальным характером, оригинальностью, самостоятельностью, завершенностью, несомненной теоретической значимостью и научной новизной.

В целом признавая, что полученные А. А. Ревенко результаты исследования представляют весомую значимость для теории и практики средств массовой информации, считаем необходимым высказать некоторые несущественные замечания, возникшие при анализе диссертации.

1. В пункте 2.2. «Туристская журналистика на современном российском телевидении: особенности популяризации культурного наследия» автор дает подробный анализ туристских программ на федеральных российских каналах, таких как «Непутевые заметки» («Первый»), «Россия. Гений места» («Россия», «Моя планета»), «Россия, любовь моя!» («Культура»), «Поедем, поедим!» (НТВ), «Орел и решка» («Пятница») и др. (с. 97–107). В этой связи представляется не обоснованным

исключение из сферы внимания автора диссертации регионального опыта, который приобретает особое значение во многих полиэтничных регионах России и оказывает значимое влияние на формирование российской идентичности и продвижение туристских дестинаций.

2. При освещении деятельности сетевых медиаресурсов по популяризации культурного наследия России (п. 2.3) незаслуженно остаются за пределами внимания диссертанта такие значимые для социально-экономического развития страны мультимедийные научно-просветительские проекты, как «Семь чудес России» (проект газеты «Известия», телеканала «Россия» и радиостанции «Маяк»); «Россия 10» (проект телеканала «Россия 1» и Русского географического общества), «Путешествие по России» (проект Евразийского центра современного искусства и телестудии РусЭкоФильм), а также интереснейшие региональные мультимедийные проекты (например, Open Caucasus и др.).

3. В первой главе диссертации имеются случаи самоцитирования без ссылок на свое авторство (с. 16–24, 31–38 и др.), что снижает уровень оригинальности работы. Однако, на наш взгляд, это оправдано, поскольку касается тех фрагментов диссертации, в которых идет речь об истории исследования проблемы, обосновании основных научных идей по теме, и вызвано требованиями Положения о присуждении ученых степеней об обязательной публикации основных результатов исследования в рецензируемых научных изданиях.

В целом на основании анализа диссертации можно сделать выводы о том, что содержание исследования, посвященного проблеме популяризации культурного наследия России в условиях глобализации информационного пространства в туристских средствах массовой информации, соответствует указанной специальности (см. п. 30, 31, 74 отрасли «Филологические науки» паспорта специальности «Журналистика»); полученные результаты согласуются с поставленной целью и задачами. Содержание автореферата точно отражает структуру, логику и выводы диссертации. Основные научные

результаты работы А. А. Ревенко опубликованы в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, внесенных в Перечень журналов и изданий, утвержденных Высшей аттестационной комиссией.

Таким образом, диссертация А. А. Ревенко на соискание ученой степени кандидата наук является научно-квалификационной работой, в которой решается научная проблема, имеющая существенное значение не только для теории и практики средств массовой информации, но и для политического, социально-экономического, культурного развития страны.

Диссертация Анастасии Андреевны Ревенко на тему: «Популяризация культурного наследия России в условиях глобализации информационного пространства (по материалам туристских СМК)» соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 (в редакции от 01.10.2018 г.), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Официальный оппонент –

Ежова Елена Николаевна,

доктор филологических наук, профессор,

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

Почтовый адрес: 355001 г. Ставрополь, ул. Лесная, д. № 157/1, кв. 36

Тел.: 8 962 400 22 25

E-mail: ezhova.elena1@gmail.com



С отзывом ознакомлен,
Ревенко А.А.
3.06.2019г.



01 июня 2019 года