

## О Т З Ы В

**официального оппонента о диссертации Гукасовой Миры Михайловны «Персонализация как способ медийного освещения социокультурных проблем», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика**

Диссертационное исследование Гукасовой Миры Михайловны посвящено актуальной проблеме, ведь персонализация как медийный феномен, с одной стороны, имеет глубокие исторические корни, с другой – является показателем качества СМИ, серьезной публицистики, рассматривающей личность в контексте создаваемой «истории современности». К тому же в настоящее время ученые отмечают «всё более растущую и разнообразную значимость субъекта: адресанта, адресата и персонажа масс-медиа» (с. 3).

Поставив целью своей диссертации раскрытие категории «персонализация» в медийном пространстве, Гукасова М.М. решила ряд амбициозных задач, среди которых выделяются следующие: аргументация персонализации как медийного способа раскрытия социокультурных проблем; показ роста интереса к персоне как части глобального медиaprостранства; одного из важных рычагов социокультурного построения общества; иллюстрирование того, как в процессе персонализации публицист расширяет смысловые границы медиатекста, соединяя различные сегменты аудитории для решения социокультурных проблем и др.

Автор избрал объектом исследования феноменологические характеристики личности, определяющие персонализацию как способ освещения социально значимых проблем, а предметом – исследование личности в журналистике с учетом аспектов персонализации. При этом эмпирический материал составили сплошная и дополнительная выборки: первая включила пять печатных изданий 2014-2017 гг.: «Кубанские новости», «Кубань сегодня», «Новая Кубань», «Российская газета», «Юг Times», вторая была составлена по разноплановым взаимодополняющим источникам,

включая архивные медийные материалы («Литературная газета», «Культура», «Аргументы и факты», «Вольная Кубань», «Краснодарские известия», «Кубанский писатель», «Биография», «Story: Россия» и др.).

Впечатляет степень изученности темы автора, проштудировавшего многочисленные публикации, посвященные теории и повседневной практике медиа, роли автора, его позиции в публицистическом тексте, а также медийному раскрытию духовной мощи общественно значимой персоны, – это труды философов, психологов, филологов, медиалогов, ставшие той основой, на которой базируется новаторское диссертационное исследование Гукасовой М.М. по проблеме персонализации как целостного системного объекта в медийном пространстве.

Представленное к защите исследование имеет комплексный характер и опирается на феноменологический подход, дополненный по принципу познавательной совместимости социокультурными концепциями личности и теорией социального функционирования СМИ. Оно отличается как высокой теоретической значимостью (развитие концепции динамической структуры персонализации – от медийного решения социокультурных задач до интегрального витка), так и практической пользой: ведь основные положения данной диссертации могут быть полезны и публицистам в их повседневной творческой деятельности в таких областях, как политическая и аналитическая журналистика или социожурналистика.

Выделим же наиболее принципиальные положения, которые автор выносит на защиту.

Во-первых, автор фиксирует в современных медиа многоаспектное изображение героя, при котором персонализация проблемы производится с помощью актуализирующих номинаций, ресурсов художественной выразительности и оценочности.

Во-вторых, автор доказывает, что понятия «медийная личность» и «персональная сфера» многомерно сочетаются: «Медиа, как пространство связи “публичность – общество”, способствуют расширению персонализации

в социокультурной ситуации. Этот процесс взаимосвязан с многосторонним представлением личности, включая ее выявление в особых единствах со сферами веры, природы и т.п.» (с. 9).

В-третьих, важным является тезис о том, что в универсальном медиапространстве персонализация может способствовать эффективному взаимодействию общества с властью: «Эту интеракцию реализует, в частности, личность, обращенная к медиа. Соответственно, исторические корни роста роли СМИ осмысливаются через реализацию особо значимой роли личности – то есть через персонализацию» (с. 9).

В первой главе «Персонализация как медийный феномен: общая характеристика и философские аспекты» Гукасова М.М. проанализировала понятийное наполнение категории персонализации в ряду с понятиями «персона» и «персонализм»; рассмотрела персонализацию в медиа в связи с имманентностью внутреннего мира. Всё это привело автора к существенным выводам о том, что персонализация, будучи важным способом раскрытия социокультурных проблем, входит в диапазон ответственности массмедиа; что она проявляется через раскрытие того, как личность творит социум и определенные его подсистемы, как она своей деятельностью влияет на решение социокультурных проблем. Более того, персоналистская концепция личности, ориентируя человека на осмысленное, творческое, гуманистическое выполнение своей миссии на Земле, является главенствующей в масс-медиа.

Во второй – основной – главе диссертации «Медийная природа персонализации и социокультурные проблемы» Гукасова М.М. сначала обратилась к социокультурному аспекту личности как медийного феномена, наметила пределы его расширения; затем рассмотрела личность в пространстве персонализации с опорой на системные характеристики медийных материалов. Важная итоговая мысль: одна и та же личность становится и объектом, и субъектом персонализации, что особо проявляется в контексте творчества журналиста.

Неслучайно, отмечает исследователь, в российской прессе первого десятилетия 2000-х годов активно работают определенные лексемы, «ключевые слова эпохи»: медиаперсона, благотворитель, гуманист, ваятель, патриот, политик, государственный, стилист, эстет, предприниматель, бизнесмен, олигарх, чиновник. И потому логично ввести в научный оборот такую лексическую единицу, как «персонема».

Таким образом, стремление к достижению научных результатов в рамках сформулированных задач позволило диссертанту провести исследование, характеризующееся несомненной научной новизной и обладающее определенным научно-практическим значением.

В целом диссертация Гукасовой М.М. логично выстроена, ее положения достаточно аргументированы, выводы, приведенные в конце каждой из глав, возражений не вызывают. Вместе с тем имеет смысл остановиться на некоторых упущениях проделанной работы.

1. Рабочая дефиниция персонализации («Персонализация – это медийное представление потребности персоны в активной созидательной деятельности», с. 9) требует конкретизации, ведь следует говорить, скорее, не столько о «представлении *потребности* персоны в активной созидательной деятельности», сколько о *реальной деятельности* героя.

2. Бросается в глаза *несоразмерность* объемов параграфов: 1.1 – 46 страниц, 1.2 – 6 страниц; 2.1 – 14 страниц, 2.2. – 13 страниц, 2.3 – 44 страницы; 3.1 – 6 страниц, 3.2 – 15 страниц, 3.3 – 17 страниц.

Однако высказанные замечания не носят принципиального характера и никак не умаляют многочисленных достоинств представленной к защите диссертационной работы. В целом исследование Гукасовой М.М. имеет характер актуального, обладающего научной новизной и определенной практической значимостью труда; тема исследования раскрыта и отражена как в автореферате, так и в публикациях автора, в том числе в трех статьях, рекомендованных ВАК, и одной монографии, в материалах научных конференций.

Данная диссертация является оригинальным, самостоятельным, законченным научным произведением, полностью соответствующим требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения научных степеней» утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г., № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Гукасова Мира Михайловна, безусловно, заслуживает присвоения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

В.В. Тулупов, доктор филологических наук,  
Профессор, заведующий кафедрой рекламы и дизайна,  
декан факультета журналистики  
Воронежского государственного университета.

федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Воронежский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)  
Подпись Тулупова Владимир Васильевич  
заверяю статистик должность  
Арещенко И.И. 20  
подпись, расшифровка подписи



КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ: ТУЛУПОВ ВЛАДИМИР ВАСИЛЬЕВИЧ  
Доктор филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика  
(диплом: серия ДК № 005641, решением ВАК Министерства образования РФ от 15 ноября 2000 г. № 46д/27)  
Профессор по кафедре средств массовой коммуникации и рекламы (аттестат профессора: № 277-п, решением Министерства образования РФ от 20 июня 2001 г.)  
Адрес: Россия, город Воронеж, ул. Хользунова, 40-в, кв. 96.  
Тел. кафедры рекламы и дизайна 8(473) 2754190  
Адрес официального сайта вуза: <http://www.vsu.ru>  
Адрес официального сайта факультета: <http://jour.vsu.ru>  
Адрес персональной страницы:  
[http://jour.vsu.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=36&Itemid=16](http://jour.vsu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=16)  
Мобильный номер +79034208221.  
Мой электронный адрес [vlvtul@mail.ru](mailto:vlvtul@mail.ru)

С отзывом ознакомлена  
Гукасова М.М. М.М.  
Гукасова Мира Михайловна 8 мая 2019 г. оф.