

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.101.04, СОЗДАННОГО
НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ, ПО ДИССЕРТАЦИИ
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА НАУК

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета от 05.12.2020 № 16

О присуждении Малыгиной Лидии Евгеньевне, гражданке РФ, учёной степени доктора филологических наук.

Диссертация «Трансформация телевизионного промодискурса в новой технологической среде» по специальности 10.01.10 «Журналистика» принята к защите 14 февраля 2020 г., протокол №6, диссертационным советом Д 212.101.04, созданным на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кубанский государственный университет» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149 (приказы Министерства образования и науки РФ № 937-738 от 30.05.2008 г. и о признании соответствия № 714/нк от 02.11.2012 г.).

Соискатель Малыгина Лидия Евгеньевна, 1985 года рождения.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук «Современный телевизионный анонс в коммуникативно - прагматическом аспекте (на материале телеканалов НТВ, Первый канал, ТВЦ, СТС, РЕН ТВ за 2005 – 2010 годы)» (по специальности 10.01.10 Журналистика защитила в диссертационном совете Д 501.001.07, созданном на базе Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

В период подготовки диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук являлась докторантом кафедры массовых коммуникаций филологического факультета РУДН (с 20.01.2017 по 07.06.2019. С 2010 года по настоящий момент работает доцентом кафедры стилистики русского языка факультета журналистики ФГБОУ ВО

«Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»,
Минобрнауки России.

Диссертация выполнена на кафедре массовых коммуникаций филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов» (РУДН), Минобрнауки России.

Научный консультант – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (РУДН) Грабельников Александр Анатольевич.

Официальные оппоненты:

Степанов Валентин Николаевич – доктор филологических наук, профессор, проректор по управлению знаниями, заведующий кафедрой массовых коммуникаций ОО ВО «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)» (г. Ярославль),

Быкова Елена Владимировна – доктор филологических наук, профессор института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (г. Санкт-Петербург);

Слышкин Геннадий Геннадьевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой «Методология права и юридическая коммуникация» ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта» (МИИТ) (г. Москва)

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» (г. Великий Новгород) в своём положительном отзыве, подписанном заведующей кафедрой журналистики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», доктором филологических наук (специальность 10.01.10 – журналистика), доцентом Каминской Т.Л., указала: «Диссертация Лидии Евгеньевны Малыгиной «Трансформация телевизионного промодискурса в новой технологической среде», является самостоятельным, полноценным, законченным исследованием и полностью соответствует требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013, а ее автор заслуживает присуждения

ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика».

Соискатель имеет 50 опубликованных научных работ по теме диссертации, в том числе 20 статей, опубликованных в рецензируемых научных изданиях (4 публикации в международных рецензируемых научных журналах Web of Science), а также 2 монографии. Результаты исследования прошли апробацию в ходе участия соискателя в работе 25 научно-практических конференций, в том числе _19_ международных, на которых были изложены основные положения диссертации. Общий объём публикаций составляет 47, 21 п. л.

К числу наиболее значимых научных работ относятся:

1. Малыгина Л.Е. Телевизионный на анонс. Лингвостилистическая на трансформация на жанра: монография, 2-ое издание 2018: монография / Л. Е. Малыгина. – Москва: ФЛИНТА, 2018.– 311 с.
2. Малыгина Л.Е. Прецедентные феномены в телевизионном промодискурсе: монография / Л.Е. Малыгина. – Москва: ФЛИНТА, 2018. – 145 с.
3. Малыгина Л.Е. Проблема десакрализации современного языкового сознания (на примере телевизионного промодискурса) / Л. Е. Малыгина // Мир русского слова.– 2017.– № 1. – С. 69-71 (Перечень ВАК РФ).
4. Малыгина Л.Е. «Виртуальные к собеседники»: перспективы развития телевизионного промодискурса / Л.Е. Малыгина // Верхневолжский на филологический вестник. –2018. –№4(15). – С. 63-70 (Перечень ВАК РФ).
5. Малыгина Л.Е. Дополненная реальность в ТВ-промодискурсе / Л. Е. Малыгина// Ученые записки Новгородского государственного университета [Электронный журнал]. –2019. –№1 (19) (Перечень ВАК РФ).
6. Малыгина Л.Е. Геймификация телевизионного промодискурса: проблема манипуляции массовым сознанием аудитории / Л.Е. Малыгина // Национальный психологический журнал. –2019. –№1 (33). – С.122 – 132 (Перечень ВАК РФ).
7. Zheltukhina M.R., Bondareva N. V., Zelenskaya L. L., Anikeeva I.G., Malygina L. E., Chistyakov A.V. Media Promotion Role of Economic Vocabulary: Specific o Features and Functions in Presentation and Advertisement [Электронный во ресурс] / M. R. Zheltukhina, N. V. Bondareva L.L. Zelenskaya, I.G. Anikeeva, L. E. Malygina, A.V. Chistyakov // Online Journal of Communication and Media Technologies. – 2019. – № 9 (2), e201907 – Режим доступа:

<https://www.ojcmt.net/article/media-promotion-role-of-economic-vocabulary-specific-features-and-functions-in-presentation-and-5733>

(Перечень WoS).

8. Vakku, G., Lebedeva, S., Budnichenko, L., & Malygina, L. «JEOPARDY!» as the Original Format of the Russian Intellectual Television «SVOYA IGRA» [Электронный ресурс] / Vakku G., Lebedeva, S., Budnichenko, L., & Malygina, L. // Amazonia Investiga. –2019. –8(22), 229-237. Режим доступа: <https://www.amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/416> (Перечень WoS).
9. Lebedeva, S., Vakku, G., Komarova N., Myshkina, A., & Malygina, L. Non-fiction as a Modern Format: Features of Formation and Modern Functioning in Russian Media [Электронный ресурс] / Lebedeva, S., Vakku, G., Komarova N., Myshkina, A., & Malygina, L. // INTCESS 2020: 7th International Conference on Education and Social Sciences: Abstracts & Proceedings (20–22 January 2020, Dubai, U.A.E.). – Dubai, 2020. – P. 16–22. Режим доступа: https://www.ocerints.org/intcess20_e-publication/ (Перечень WoS).
10. Vakku G., Malygina L., Klushina, N., Baranova, E., & Lazutova, N. Features of the Submission of News Content on Regional Television in Russia. [Электронный ресурс] / Vakku, G., Malygina, L., Klushina, N., Baranova, E., & Lazutova, N. // Amazonia Investiga. – 2019. – 8(23), 861-867. Режим доступа: <https://www.amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/940> (Перечень WoS).

На диссертацию и автореферат поступило восемь отзывов от:

- **Андрея Васильевича Полонского** – доктора филологических наук, профессора, заведующего кафедрой журналистики, профессора кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»). В отзыве подчеркивается: «научная новизна исследования заключается в том, что автором обосновано понятие промодискурса в его соотношении с другими понятиями теории СМИ, журналистики, современной дискурсологии и медиастилистики. Насколько можно судить по автореферату, не развернутым, на мой взгляд, осталось сформулированное в работе положение о том, что в СМИ «исчезают некоторые традиционные жанры (такие жанры худо-жественной публицистики, как зарисовка, эссе – в том виде, в каком эти жанры существовали ранее)» (с. 3)» (отзыв положительный, есть замечание);

- **Москвина Василия Павловича** – доктора филологических наук, профессора, профессора кафедры русского языка и методики его

преподавания ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

В отзыве отмечается логическая последовательность, концептуальная стройность работы, репрезентативность эмпирической базы, а также явно выраженная практическая направленность и значимость. По мнению автора, «ознакомление с приведенными в диссертации фактами и доводами убеждает в верности вывода о том, что «[...] современный медиабизнес готовится работать с принципиально новой, до настоящего момента плохо изученной аудиторией. На смену поколению адаптации (45-65) приходит новая аудитория (0-17 лет), которая будет формировать экономику будущего в целом и задавать телевизионные тренды в частности» (с. 15). Здесь, однако, возникает вопрос, насколько способна к этому «аудитория» от 0 до 1-2-3 лет. Здесь, видимо, необходимо развести потребности (в том смысле, который вложил в этот термин А. Маслоу: те или иные потребности есть, разумеется, у лиц всех возрастов, не исключая лиц «нулевого возраста») и в нулевом возрасте, видимо, все-таки отсутствующую способность быть членом определенной аудитории (отзыв положительный, есть замечание);

- **Воронцовой Татьяны Александровны** – доктора филологических наук, профессора кафедры теоретического и прикладного языкознания ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет». В отзыве отмечается, что «важным теоретическим достижением исследования является разноаспектный лингвистический анализ промодискурса: 1) лингвостилистический подход к изучению жанров промодискурса вносит заметный вклад в новое перспективное направление – медиастилистику; 2) типология жанров промодискурса существенно дополняет жанровую картину современных СМИ; 3) изучение коммуникативных аспектов функционирования промодискурса позволяет увидеть новые стороны речевого взаимодействия в медиадискурсе в целом. По мнению автора отзыва, «практическая значимость диссертации Л.Е. Малыгиной определяется не только возможностью использования материала исследования в учебных курсах, но и тем, что в работе представлен лингводидактический аспект исследования: рассмотрены инновационные подходы к организации обучения и новые технологии обучения тележурналистов в цифровой среде» (отзыв положительный, замечаний нет);

- **Ильясовой Светланы Васильевны** – доктора филологических наук, профессора, профессора кафедры русского языка для иностранных учащихся ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет». В отзыве отмечены достоинства работы, заключающиеся в том, что «феномен нового адресата телевизионного промодискурса раскрыт Л.Е. Малыгиной глубоко». Отмечается, что при этом «не упущены из виду внешние системные связи – выявлено и раскрыто «обратное воздействие», согласно которому отправитель речи, субъект, адресант телепромодискурса с необходимостью обретает, осваивает новые медиакоммуникативные стратегии (с.21). Их

система представлена диссертанткой просто и глубоко. Наиболее значима при этом характеристика таких подходов, осваиваемых адресантом, как адаптивное обучение, социальное обучение, перевернутое обучение, микро обучение, геймификация, использование чат-ботов и искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности). Подчеркивается, что «полученные результаты могут способствовать развитию современной медиалингвистики, генристики, теории речевого воздействия» (отзыв положительный, замечаний нет);

- **Малышевой Елены Григорьевны** – доктора филологических наук, доцента, заведующей кафедрой журналистики и медиалингвистики факультета филологии и медиакоммуникаций ФГБОУ ВО «Омский государственный университета им. Ф.М. Достоевского». В отзыве отмечаются положительные стороны исследования: «Диссертационная работа Малыгиной Л.Е. характеризуется несомненной теоретической значимостью, поскольку в ней, с одной стороны, обосновывается выделение и дается характеристика нового типа дискурса – телевизионного промодискурса, а с другой – представлена модель комплексного анализа трансформации конституирующих дискурсивных характеристик изучаемого феномена, которая, без сомнения, может быть применена при описании трансформации других дискурсивных разновидностей, например, развлекательного или познавательного телевизионного промодискурса» (отзыв положительный, замечаний нет);

- **Ицкович Татьяны Викторовны** – доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина». Достоинством работы Т.В. Ицкович считает то, что «оперируя понятиями прототипический жанр, интенциональность, автор продолжает современные генологические исследования, выявляя характерологические черты жанра телевизионного промодискурса и выдвигая гипотезу трансформации такого элемента структуры коммуникативного акта, как адресант. Доказывая данную гипотезу, автор привлекает разнообразные методы исследования, опирается на богатый иллюстративный материал, что верифицирует результаты работы и обеспечивает их валидность». Т.В. Ицкович отдельно отмечает проведенное диссертантом «социалингвистическое исследование, направленное на выявление характерных черт нового типа адресата – цифровой молодежи» (отзыв положительный, замечаний нет);

- **Селезневой Ларисы Васильевны** – доктора филологических наук, доцента, доцента лингвистического факультета ФГАОУ ВО «Российский государственный социальный университет». По мнению Л.В. Селезневой, достигнута «масштабная, многомерная, иерархичная цель труда – выявить и проанализировать жанровые и стилистические изменения телевизионного промодискурса в новых технологических условиях, раскрыть специфику

потребностей и ожиданий нового адресата, сформированного в новом цифровом обществе, а также обосновать необходимость обучения телевизионных журналистов (адресанта ТВ-промодискурса) новым навыкам работы в цифровой среде для успешного воздействия на адресата» (отзыв положительный, замечаний нет);

- **Цветовой Натальи Сергеевны** – доктора филологических наук, профессора кафедры медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет». В отзыве подчеркивается, что «соискатель верно отмечает и разносторонне характеризует назревшую необходимость описать новые жанры, появившиеся в современных медиа» (отзыв положительный, замечаний нет).

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

- *разработана* иерархическая типология интенций телевизионного промодискурса, в которой базовая информационная интенция дополняется интенцией убеждения. Взаимодействие данных интенций формирует особые эксплицитные и имплицитные лингвистические способы воздействия на адресата телевизионного промодискурса. Данные интенции также выполняют жанровоформирующую функцию и влияют на трансформацию и транспонирование основных жанров телевизионного промодискурса.

- *предложен* наиболее полный на сегодняшний день перечень экстралингвистических факторов, детерминирующих жанровые трансформации современного телевизионного дискурса. К данным факторам отнесены демографические сдвиги, повсеместная цифровизация и внедрение искусственного интеллекта в различные сферы общественной жизни, а также современные медийные условия (появление новых платформ и ресурсов для размещения телевизионного контента и инкорпорирование телевизионного промодискурса в новые медиа). Экстралингвистические факторы тесно связаны с интралингвистическими, что приводит к развитию телевизионного языка в новых условиях.

- *доказано*, что существующая конкуренция телевизионных каналов приводит к трансформации телевизионного промодискурса, который стремится отвечать на запросы цифрового поколения и учитывать предпочтения в медиапотреблении данной возрастной группы. Это становится важнейшим фактором обновления жанровых форм, языка и стиля современных электронных СМИ.

- **введено** новое понятие «промодискурс» и показано его место в структуре институционального дискурса СМИ. Промодискурс включен в телевизионный дискурс современного дискурса СМИ и становится его важнейшей частью. Рассмотрена жанровая организация телевизионного промодискурса. Выделен базовый жанр анонса, который является прототипической моделью для всех остальных жанров промодискурса. Впервые построена авторская классификация транспонированных жанров телевизионного промодискурса (*промодискурс в информационной программе; промотирующее ток-шоу; документальный фильм, анонсирующий премьеру художественного фильма; художественный фильм или сериал в качестве промо документальной программы; промоинтервью с создателями документального или художественного фильма в рамках выпуска новостей*), для которых характерна двойная интенция информирования и рекламы.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

- **доказана** гипотеза о взаимозависимости новых адресанта и адресата телевизионного промодискурса, сформированных цифровой медиасредой, а также выявлены и описаны новые способы кодирования и считывания информации, вызванные развитием телевизионного языка и визуализацией информации в целом;

-**изложены** теоретические положения и применены современные методы и подходы, позволившие доказать выдвинутую гипотезу на репрезентативном материале. Разработана авторская методология анализа жанров ТВ-промодискурса. Выявлены и описаны типы инновационного обучения, которые позволяют приобрести необходимые компетенции для работы телевизионного журналиста в цифровой среде (непрерывное обучение, обучение через опыт, адаптивное обучение, социальное обучение, перевернутое обучение, микрообучение, геймификация, использование чат-ботов и искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности), а также новые обучающие решения (новые форматы очного и дистанционного обучения, массовые открытые онлайн-курсы, адаптивные электронные курсы, VR/AR-симуляции, интерактивные дистанционные занятия);

-**раскрыты** лингвостилистические способы убеждения и суггестии, уточнен и дополнен метод интенционального анализа медиадискурса применительно к телевизионному промодискурсу, разработана методика комплексного анализа проможанров и промотекстов, который включает в себя психологическую, этическую, логико-смысловую составляющую.

-**разработан** и уточнен терминологический аппарат современной медиалогии, генристики и медиастилистики.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

-разработаны и внедрены в журналистское образование программы авторских учебных курсов: "Анализ медиатекста", "Современная медиаречь", "Языковая культура журналиста", "Стилистика телевизионных проможанров");

-определены и описаны новые стратегии продвижения телевизионных продуктов в изменившейся медиасреде, которые позволяют повысить эффективность телевизионного контента и его конкурентоспособность;

-созданы практические рекомендации по написанию креативных телевизионных промотекстов для практикующих журналистов;

-апробированы в вузовских курсах новые обучающие решения для ТВ-журналистов (новые форматы очного и дистанционного обучения, массовые открытые онлайн-курсы, адаптивные электронные курсы, VR/AR-симуляции, интерактивные дистанционные занятия);

-представлены рекомендации 1) по обучению телевизионных журналистов новым навыкам создания эффективных промотекстов и 2) внедрению в практику подготовки и повышения квалификации ТВ-журналистов новых обучающих форматов и технологических решений.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

- **теория**, отражающая комплекс взаимодополняющих подходов (медиаведческая систематика телекоммуникации, феноменологическая интерпретация промодискурса на ТВ, раскрывающая сущность явления и условия трансформации; принципы интегративной медиастилистики, причем во взаимном дополнении с пиарологической стратификацией, с концепциями продвигающей коммуникации и комплицитности с аудиторией) соотносится с акциональной стороной диссертационного труда, с полученными результатами и практической перспективностью. Она коррелирует с практическими аспектами исследования и полученными результатами; их достоверность определяется единством адекватной теоретизации и используемых приемов, включая инструментарий психологических эффектов масс-медиа и психологии восприятия; при этом объем и состав эмпирического массива репрезентативны, соответствуют уровню значимости задач исследования и характеру теоретизации;

- **идея** динамического равновесия в телекоммуникациях как условия трансформации промодискурса опирается на междисциплинарный подход с выделением медиалогически релевантных аспектов теории виртуальной и дополненной реальности, теории интеракций инстанций дискурса, концепции организации как речевого коллектива, типологии авторства в публицистике.

Идеи детерминированности трансформаций телевизионного промодискурса подтверждают объяснительную силу медиаведческой категоризации, опирающейся на приоритет адресата;

- **использованы** методы сравнения авторских данных по проблеме диссертации с соотносительными исследованиями в рассматриваемой предметной области (В.Л. Цвик, Ф. Буари, С.Л. Уразова, Р.А. Борецкий), что позволило прийти к адекватным объектной сфере выводам о высокой релевантности трансформации как условия развития феномена промодискурса и сохранения его качества. При этом к различным подсистемам промодискурсивного объектного пространства применены взаимодополняющие методы коммуникативно-дискурсивного анализа, семантико-стилистического анализа текста, диахронического анализа, синхронно-описательного и синхронно-сопоставительного анализа, а также элементы логико-смыслового (аргументативного), интенционального, этического и психологического анализа;

- **установлено**, что полученные автором данные в ходе исследования соотношения между характеристиками трансформации промодискурса отчасти совпадают с данными других научных источников, как российских, так и зарубежных; однако отдельным данным, полученным автором в настоящем исследовании (по экстралингвистическим факторам трансформации телевизионного промодискурса, вызванным глобальными технологическими и социальными изменениями; по ведущим дискурсивным чертам телевизионного промодискурса, новым жанровым формам, трансформации существующих проможанров в новой технологической среде; по изменениям, происходящим в сфере медиапотребления «цифровой» молодежи как нового адресата телевизионного промодискурса; по инновациям в сфере профессиональной подготовки телевизионных журналистов как адресанта телевизионного промодискурса в новых технологических условиях) не нашлось аналога ввиду того, что некоторые из проблем еще не становились предметом исследовательской деятельности. Значимую достоверность результатов подтверждает показательный аспект сбора материала: в течение 15 лет автор проводила исследования, основанные на глубинных экспертных интервью с телевизионными журналистами, руководителями промоотделов телевизионных каналов, топ-менеджерами российских телеканалов, производителями телевизионных программ, разработчиками новых технологических решений, разработчиками программ повышения квалификации телевизионных журналистов в новой технологической среде (80 респондентов из 27 организаций).

Личный вклад соискателя состоит в том, что:

- автор самостоятельно, с достаточной научной четкостью решила следующие задачи: предложена принципиально новая, авторская параметрическая модель телевизионного промодискурса; создана типология современных проможанров; разработана научная концепция анализа телевизионного промодискурса, а также новая методология исследования жанров телевизионного промодискурса; в научный оборот введен ряд новых терминов, описывающих жанровое своеобразие телевизионного промодискурса (проможанр, промодискурс, промотирующие дискурсивные стратегии, RT-лингвистика (robot technologies linguistics) и др.; решены поставленные задачи, которые имеют в своей совокупности обобщающий характер: исследованы прототипические жанровые модели телевизионного промодискурса; построена их таксономия; изучены психологические особенности, медиапотребности и предпочтения «цифровой» молодежи как нового адресата ТВ-промодискурса; проведено комплексное исследование ведущих проможанров;
- результаты диссертационного исследования прошли серьезную апробацию.

На заседании 5 декабря 2020 года диссертационный совет принял решение присудить Малыгиной Лидии Евгеньевне учёную степень доктора филологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 19 человек, из них 6 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 23 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за 19 человек, против 0, недействительных бюллетеней 0.

Председатель
диссертационного совета

Учёный секретарь
диссертационного совета
5 декабря 2020



Лучинский Ю.В.

Безрукавая М.В.